

ABSTRAK

Vivin Mega Octavia. Ekuitas Merek sabun antiseptik Lifebuoy dan Dettol. Penelitian ini dibawah bimbingan Yustina Chrismardani dan Hadi Purnomo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan Ekuitas merek sabun antiseptik Lifebuoy dan Dettol dengan menggunakan 100 responden, sedangkan populasi dan sampel adalah wanita yang sudah berkeluarga usia 26 tahun ke atas dan mengambil lokasi penelitian di wilayah Tambak Dalam Baru, Kelurahan Asemrowo, Kecamatan Asemrowo, Surabaya Barat. Dalam menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan analisis uji beda *t-test* dengan sampel berpasangan *paired sampel t – test* sebagai alat untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini.

Dari perhitungan uji beda *t – test* sabun antiseptik Lifebuoy dan Dettol, ditemukan perbedaan antara ekuitas merek sabun antiseptik Lifebuoy dan Dettol secara signifikan. Dan pada uji beda *t – test* dengan sampel berpasangan *paired sampel t – test* ditemukan hasil terdapat perbedaan kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek secara signifikan pada sabun antiseptik Lifebuoy dan Dettol untuk wanita yang sudah berkeluarga usia 26 Tahun keatas yang berlokasi di wilayah Tambak Dalam Baru, Kelurahan Asemrowo, Kecamatan Asemrowo, Surabaya Barat.

Kata kunci: Ekuitas Merek, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek.

ABSTRACT

Vivin Mega Octavia. Lifebuoy antiseptic SOAP brand equity and Dettol. This research under the guidance of Yustina Chrismardani and Hadi Purnomo.

This study aims to find out the ratio of Lifebuoy and Dettol antiseptic soap brand equity using 100 respondents, while the population and sample are women who are married aged 26 years and above take the research location in Tambak Dalam Baru area, Asemrowo Subdistrict, Asemrowo Similarity, West Surabaya. In analyzing the data obtained, the authors used a different test analysis T-Test with paired samples Paired Samples T-test as a tool to obtain the results of this study.

From the different test calculations of Lifebuoy and Dettol antiseptic soap T-test, there was significant difference between Lifebuoy and Dettol antiseptic soap brand equity. And on different test of T-Test with paired sample T-test found that there are differences of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty significantly on Lifebuoy and Dettol antiseptic soap for women who are married aged 26 years and above located in Tambak Dalam Baru area, Asemrowo Subdistrict, Asemrowo Similarity, West Surabaya.

Keywords: Brand Equity, Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR GRAFIK.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 Produk.....	12
2.1.3 Merek.....	12
2.1.4 Ekuitas Merek.....	14
2.1.4.1 Kesadaran Merek.....	16
2.1.4.2 Asosiasi Merek.....	17
2.1.4.3 Persepsi Kualitas.....	19
2.1.4.4 Loyalitas Merek.....	21
2.1.4.5 Aset-aset lain yang berkaitan dengan merek.....	22
2.2 Penelitian terdahulu.....	23
2.3 Tabel penelitian terdahulu.....	31
2.4 Kerangka Berpikir.....	35
2.5 Hipotesis.....	38
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 39
3.1 Lokas dan Objek Penelitian.....	39
3.2 Jenis Penelitian.....	39
3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.3.1 Populasi Peneiian.....	40
3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi oprasional variabel.....	42
3.4.1 Varibel Penelitian.....	42
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	45

3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 Uji Instrumen Data.....	46
3.6.1.1 Uji Validitas.....	46
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.6.2 Analisis Data Statistik.....	47
3.6.3 Uji Beda <i>T-test</i>	47
3.6.4 Analisis Deskriptif Prosentase.....	49
3.7 Uji Hipotesis.....	50
3.7.1 Uji <i>Paired Sample T-test</i>	50
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Perusahaan	53
4.1.1 Karakteristik Responden	56
4.1.2 Berdasarkan Usia	56
4.1.3 Berdasarkan Pendidikan	57
4.1.4 Berdasarkan Pekerjaan	58
4.2 Analisis Data Statistik	59
4.2.1 Kesadaran Merek	59
4.2.1.1 Kesadaran Merek Lifebuoy	59
4.2.1.2 Kesadaran Merek Dettol	61
4.2.2 Asosiasi Merek	62
4.2.2.1 Asosiasi Merek Lifebuoy	62
4.2.2.2 Asosiasi Merek Dettol	63
4.2.3 Persepsi Kualitas	65
4.2.3.1 Persepsi Kualitas Lifebuoy	65
4.2.3.2 Persepsi Kualitas Dettol	67
4.2.4 Loyalitas Merek.....	69
4.2.4.1 Loyalitas Merek Lifebuoy	69
4.2.4.2 Loyalitas Merek Dettol	71
4.3 Uji Validitas	73
4.4 Uji Reliabilitas	74
4.5 Uji Beda <i>T-test</i>	76
4.6 Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Rentan Skala	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.2 Diskripsi Pendidikan Responden	57
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Kesadaran Merek Lifebuoy.....	59
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Kesadaran Merek Dettol	60
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Asosiasi Merek Lifebuoy	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Asosiasi Merek Dettol	63
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Persepsi Kualitas Merek Lifebuoy	65
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Persepsi Kualitas Merek Dettol	67
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Merek Lifebuoy	69
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Merek Dettol	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Lifebuoy	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Dettol	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Lifebuoy	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Dettol	75
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Paired Sample T-test</i> Kesadaran Merek Lifebuoy dan Dettol	76
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Paired Sample T-test</i> Asosiasi Merek Lifebuoy dan Dettol	77
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Paired Sample T-test</i> Persepsi Kualitas Lifebuoy dan Dettol	78
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Paired Sample T-test</i> Loyalitas Merek Lifebuoy dan Dettol	79
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>T-test</i> Ekuitas Merek Lifebuoy Dettol	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Ekuitas Merek	16
Gambar 2.2 Piramida Kesadaran Merek	17
Gambar 2.3 Nilai-Nilai Persepsi Kualitas	26
Gambar 2.4 Kerangka Berpikir	37

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Market Shere Responden Pria 15-26 Tahun Belum Berkeluarga	5
Grafik 1.2 Market Shere Responden Wanita 15-26 Tahun Belum Berkeluarga	5
Grasik 1.3 Market Shere Responden Pria atau Wanita Usia 25 keatas Tahun sudah berkeluarga	6

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran II : Tabulasi Data
- Lampiran III : Data Responden
- Lampiran IV : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran V : Uji Beda *T-test*