

**PENGARUH ASOSIASI MEREK SEPATU OLAHRAGA TERHADAP  
PERLUASAN MEREK, REKOMENDASI MEREK, DAN KESEDIAAN  
KONSUMEN DALAM MEMBAYAR HARGA PREMIUM**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :**

**BENNYTO TAN**

**NIM : 05 03 15817**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**MARET, 2010**

**SKRIPSI**

**PENGARUH ASOSIASI MEREK SEPATU OLAHRAGA TERHADAP  
PERLUASAN MEREK, REKOMENDASI MEREK, DAN KESEDIAAN  
KONSUMEN DALAM MEMBAYAR HARGA PREMIUM**

**Disusun Oleh:**

**Bennyto Tan**

**NPM: 05 03 15817**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Fandy Tjiptono, SE., M.Com.**

**Tanggal, 17 Februari 2010**

SKRIPSI

**PENGARUH ASOSIASI MEREK SEPATU OLAHRAGA TERHADAP PERLU  
MEREK, REKOMENDASI MEREK, DAN KESEDIAAN KONSUMEN DALAM  
MEMBAYAR HARGA PREMIUM**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:  
BENNYTO TAN  
NPM: 05 03 15817**

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 6 Maret 2010  
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat  
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

**Ketua Panitia Penguji**



**Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.**

**Anggota Panitia Penguji**



**Drs. D. Koeshartono, MM.**



**Fandy Tjiptono, S.E., M.Com.**

**Yogyakarta, 18 Maret 2010  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Dorothea Wahyu Ariani, Dr., MT.**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH ASOSIASI MEREK SEPATU OLAHRAGA TERHADAP RESPON KONSUMEN**

benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/ catatan kaki/ daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 17 Februari 2010

Yang menyatakan,



**BENNYTO TAN**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang selalu memberkati penulis dalam proses skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH ASOSIASI MEREK SEPATU OLAHRAGA TERHADAP PERLUASAN MEREK, REKOMENDASI MEREK, DAN KESEDIAAN KONSUMEN DALAM MEMBAYAR HARGA PREMIUM?”. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis dibantu dan didukung oleh banyak pihak yang sangat berarti bagi penulis. Oleh sebab itu, penulis akan mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberi bantuan dan dukungan dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya diberikan kepada:

1. Dorothea Wahyu Ariani, Dr., MT. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. Bapak Fandy Tjiptono, SE., M.Com. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis sangat berterima kasih kepada Pak Fandy yang membuat penulis menjadi paham dalam menulis dan menyusun skripsi, serta memotivasi penulis untuk terus belajar dan membaca. Penulis merasa bangga menjadi anak bimbingan Pak Fandy yang pertamanya dikenal oleh penulis sebagai dosen yang *killer*. Setelah

penulis kenal, ternyata Pak Fandy sangat baik dan membantu dari awal hingga akhir.

3. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. dan Drs. D. Koeshartono, MM. selaku dosen penguji pendadaran tanggal 06-Maret-2010.
4. Para dosen dan staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam proses akademik dan administratif selama di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Mamah dan Almarhum Papah tercinta yang telah mendukung terus dan membantu membiayai kebutuhan yang digunakan sampai akhir skripsi.
6. Kakak-kakak tercinta; Oki, Kapeng, Lucky, Rebecca, Anton, Emma, Fransisco, Betsy, Henry, dan Ferdinan yang selama ini mendukung dan membantu dengan doa dalam menyelesaikan skripsi ini. Kalian sangat berarti bagi penulis.
7. Dewi, kekasih tersayang. Walaupun cerewet dan kadang suka marah tapi Dewi sangat berarti. Terima kasih sudah memberikan dukungan, membantu dengan doa, dan sangat pengertian. Sekali lagi minta maaf, karena dalam proses mengerjakan skripsi suka sibuk sendiri dan cuek.
8. Teman penulis yang sangat membantu dalam proses menyelesaikan skripsi. Liem Hok Lay yang sudah membantu penulis dalam menjalankan program SPSS. Jeffry Mei yang memberi masukan dalam pengerjaan skripsi dan dukungan sebelum pendadaran. Jonathan Beng dan Yolanda yang bersedia meminjamkan printer kepada penulis dan teman-teman satu

bimbingan yang sudah membantu memberi tambahan dalam proses skripsi serta teman setia dalam antri bimbingan setiap hari senin.

9. Saudara angkat penulis, Tan Eko Mulyadi. Awal pertemuan di Universitas Atma Jaya yang cukup unik dan akhirnya bisa jadi saudara angkat. Susah senang pernah dihadapi bersama di Yogyakarta. Walaupun akhir-akhir ini sering jalan sendiri-sendiri tapi penulis rasa hubungan saudara masih berjalan. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.
10. Teman telepon dan sms yang selalu semangat dan ceria, yaitu Fransisca Novi di Jakarta. Terima kasih atas perhatian dan dukungannya selama ini.
11. Anak-anak basket Purbalingga, Purwokerto, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik Industri, dan YBC Yogyakarta yang membantu mencerahkan pikiran pada saat susah dan pusingnya mengerjakan skripsi.
12. Teman-teman TB 14 No.12 yang sangat susah mencari tempat makan. Terima kasih sudah menemani dan membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi.
13. Teman-teman yang selalu mendukung dan menemani penulis selama ini. Sekali lagi penulis minta maaf, karena tidak dapat disebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 18 Maret 2010

Penulis,

Bennyto Tan

## MOTTO

Hidup dalam kemudahan lambat laun akan menjadikan kita seorang pemalas;  
tetapi kesulitan akan melatih kita jadi pemenang.

*“Ketika segala sesuatu tampak semakin buruk dan tidak  
berpengharapan , kau justru tidak boleh berhenti berjuang”.*

Jangan pernah menyerah dalam melakukan pekerjaan, berusaha sekuat tenaga dan berdoa. Segala sesuatu mungkin terjadi, walaupun kemungkinannya hanya 0,01%, asalkan kita mau berusaha dengan cara yang benar dan berdoa.

*Tetap arahkan diri anda kepada Allah, karena Dia adalah sumber, pribadi yang  
memiliki semua yang anda butuhkan*

*(KOL 3: 2, MAZ: 17-19)*



## PERSEMBAHAN

Penulis menyadari skripsi yang dibuat kurang sempurna karena adanya keterbatasan pengetahuan dan kurangnya pengalaman penulis, tetapi skripsi ini dibuat dengan penuh perjuangan, jujur, dan kerja keras. Penulis berharap, skripsi ini dapat membantu memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat membantu menambah ilmu pengetahuan.

Skripsi yang dibuat oleh penulis dipersembahkan untuk:

- Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberkati,
- Mamah dan Almarhum Papah,
- Kakak-kakak tersayang,
- Dewi tersayang,
- Universitas Atma Jaya Yogyakarta,
- Teman-teman.

## DAFTAR ISI

|                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL.....                    | i     |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....   | ii    |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....       | iii   |
| HALAMAN PERNYATAAN.....               | iv    |
| KATA PENGANTAR.....                   | v     |
| HALAMAN MOTTO.....                    | viii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....              | ix    |
| DAFTAR ISI.....                       | x     |
| DAFTAR TABEL.....                     | xiv   |
| DAFTAR GAMBAR.....                    | xvi   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                  | xvii  |
| INTISARI.....                         | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                | 1     |
| I.1. Pendahuluan.....                 | 1     |
| I.2. Latar Belakang.....              | 2     |
| I.3. Perumusan Masalah.....           | 9     |
| I.4. Batasan dan Lingkup Masalah..... | 10    |
| I.5. Tujuan Penelitian.....           | 10    |
| I.6. Manfaat Penelitian.....          | 11    |
| I.7. Sistematika Penulisan.....       | 13    |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b> | <b>14</b> |
| 2.1. Pendahuluan.....                                      | 14        |
| 2.2. Merek.....  | 14        |
| 2.2.1. Definisi Merek.....                                 | 14        |
| 2.2.2. Manfaat Merek.....                                  | 14        |
| 2.2.3. Fungsi Merek Bagi Konsumen.....                     | 16        |
| 2.2.4. Manfaat Merek Bagi Distributor.....                 | 16        |
| 2.3. Ekuitas Merek.....                                    | 17        |
| 2.3.1. Manfaat Ekuitas Merek.....                          | 21        |
| 2.4. Asosiasi Merek.....                                   | 22        |
| 2.4.1. Tipe Asosiasi Merek.....                            | 23        |
| 2.5. Perluasan Merek.....                                  | 26        |
| 2.5.1. Keuntungan Perluasan Merek.....                     | 26        |
| 2.6. Hasil Penelitian Sebelumnya.....                      | 27        |
| 2.7. Hipotesis Penelitian.....                             | 29        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>                       | <b>35</b> |
| 3.1. Pendahuluan.....                                      | 35        |
| 3.2. Lingkup Penelitian.....                               | 35        |
| 3.2.1. Lokasi, Subjek, dan Objek Penelitian.....           | 35        |
| 3.3. Metode Sampling.....                                  | 36        |
| 3.3.1. Populasi dan Sampel.....                            | 36        |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data.....                          | 37        |
| 3.5. Definisi Operasional.....                             | 39        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.5.1 Variabel Penelitian.....   | 39        |
| 3.6. Metode Pengujian Instrumen Penelitian.....  | 41        |
| 3.6.1. Uji Validitas.....  | 41        |
| 3.6.2. Uji Reliabilitas.....   | 42        |
| 3.7. Metode Analisis Data.....   | 43        |
| 3.7.1. Alat Analisis.....  | 43        |
| 3.7.2. Metode Analisis.....  | 44        |
| <b>BABIV ANLISIS DATA.....</b>   | <b>46</b> |
| 4.1. Pendahuluan.....  | 46        |
| 4.2. Pengujian Instrumen.....  | 47        |
| 4.3. Profil Responden.....   | 51        |
| 4.4. Lokasi Penyebaran Kuesioner.....  | 53        |
| 4.5. Jumlah dan Persentase Merek Sepatu Olahraga yang Pernah<br>Digunakan dan Merek Sepatu Olahraga yang Digunakan<br>Sekarang.....            | 54        |
| 4.6. Hasil Pengujian Hipotesis.....  | 56        |
| 4.6.1. Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga Nike<br>Terhadap Perluasan Merek ( <i>Brand Extension</i> ).....                                | 56        |
| 4.6.2. Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga Nike<br>Terhadap Rekomendasi Merek ( <i>Recommendation</i> ).....                               | 58        |
| 4.6.3. Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga Nike<br>Terhadap Kediaan Konsumen Dalam Membayar<br>Harga Premium ( <i>Price Premium</i> )..... | 59        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.6.4. Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga Adidas     |           |
| Terhadap Perluasan Merek ( <i>Brand Extension</i> ).....  | 61        |
| 4.6.5. Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga Adidas     |           |
| Terhadap Rekomendasi Merek ( <i>Recommendation</i> )..... | 62        |
| 4.6.6. Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga Adidas     |           |
| Terhadap Ketersediaan Konsumen Dalam Membayar             |           |
| Harga Premium ( <i>Price Premium</i> ).....               | 64        |
| 4.6.7. Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga            |           |
| Reebok Terhadap Perluasan Merek.....                      | 66        |
| 4.6.8. Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga            |           |
| Reebok Terhadap Rekomendasi Merek.....                    | 68        |
| 4.6.9. Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga            |           |
| Reebok Terhadap Ketersediaan Konsumen                     |           |
| Dalam Membayar Harga Premium.....                         | 70        |
| 4.5. Kesimpulan Hasil Analisis.....                       | 72        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL.....</b>     | <b>80</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....                                      | 80        |
| 5.2. Implikasi Manajerial.....                            | 83        |
| 5.3. Kelemahan Dalam Penelitian.....                      | 84        |
| 5.4. Saran Untuk Penelitian Mendatang.....                | 85        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                | <b>86</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                      | <b>88</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1. Fungsi Merek Bagi Konsumen.....   | 16 |
| Tabel 2.2. Temuan Riset Terdahulu.....   | 27 |
| Tabel 3.1. Penjabaran Variabel Penelitian.....   | 40 |
| Tabel 3.2. Alat Analisis Berdasarkan Hipotesis.....  | 43 |
| Tabel 4.1. Ringkasan Hasil Uji Validitas.....  | 48 |
| Tabel 4.2. Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas.....   | 50 |
| Tabel 4.3. Usia Responden.....   | 51 |
| Tabel 4.4. Pekerjaan Responden.....  | 52 |
| Tabel 4.5. Jenis Kelamin Responden.....  | 52 |
| Tabel 4.6. Lokasi Penyebaran Kuesioner.....  | 53 |
| Tabel 4.7. Merek Sepatu Olahraga yang Pernah Digunakan dan<br>Dibeli Konsumen.....   | 54 |
| Tabel 4.8. Merek Sepatu Olahraga yang Digunakan Konsumen<br>Sekarang.....  | 55 |
| Tabel 4.9. Determinan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Nike Terhadap Perluasan Merek.....  | 57 |
| Tabel 4.10. Determinan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Nike Terhadap Rekomendasi Merek.....                                       | 58 |
| Tabel 4.11. Determinan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Nike Terhadap Ketersediaan Konsumen Dalam Membayar<br>Harga Premium.....   | 60 |
| Tabel 4.12. Determinan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Adidas Terhadap Perluasan Merek.....                                       | 61 |
| Tabel 4.13. Determinan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Adidas Terhadap Rekomendasi Merek .....                                    | 63 |
| Tabel 4.14. Determinan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Adidas Terhadap Ketersediaan Konsumen Dalam<br>Membayar Harga Premium..... | 65 |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.15. Determinan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Reebok Terhadap Perluasan Merek.....                              | 67 |
| Tabel 4.16. Determinan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Reebok Terhadap Rekomendasi Merek.....                            | 69 |
| Tabel 4.17. Determinan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Terhadap Kesiediaan Konsumen Dalam<br>Membayar Harga Premium..... | 71 |
| Tabel 4.18. Kesimpulan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Terhadap Perluasan Merek.....                                     | 73 |
| Tabel 4.19. Kesimpulan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Terhadap Kesiediaan Konsumen Dalam<br>Merekomendasikan Merek..... | 75 |
| Tabel 4.20. Kesimpulan Pengaruh Asosiasi Merek Sepatu Olahraga<br>Terhadap Kesiediaan Konsumen Dalam<br>Membayar Harga Premium..... | 78 |
| Tabel 5.1. Kesimpulan Hasil Analisis Berdasarkan Hipotesis Penelitian...  | 80 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Gambar 2.1. Ekuitas Merek.....       | 17 |
| Gambar 2.2. Kerangka Penelitian..... | 30 |
| Gambar 3.1. Kerangka Penelitian..... | 45 |





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Mentah Pengguna Sepatu Olahraga Nike, Adidas, dan Reebok

Lampiran 3. Data Mentah Regresi Berganda

Lampiran 4. Output Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5. Output Analisis Regresi Berganda



**PENGARUH ASOSIASI MEREK SEPATU OLAHRAGA TERHADAP  
PERLUASAN MEREK, REKOMENDASI MEREK, DAN KESEDIAAN  
KONSUMEN DALAM MEMBAYAR HARGA PREMIUM**

**Disusun oleh:  
BENNYTO TAN  
NIM : 05 03 15817**

Dosen Pembimbing

Fandy Tjiptono, S.E., M.Com

**INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh asosiasi merek sepatu olah raga terhadap perluasan merek (*brand extension*), rekomendasi merek (*recommendation*), dan kesediaan konsumen dalam membayar harga premium (*price premium*). Terdapat empat kategori fungsi dalam penelitian ini yaitu, fungsi jaminan, fungsi identifikasi pribadi, fungsi identifikasi sosial, dan fungsi status pada sepatu olahraga merek Nike, Adidas, dan Reebok.

Hasil dari penelitian ini terdapat perbedaan pengaruh pada setiap kategori merek sepatu olahraga. Hasil yang diperoleh, konsumen lebih mementingkan fungsi identifikasi pribadi daripada fungsi jaminan, fungsi status, dan fungsi identifikasi sosial pada kesediaan konsumen dalam menerima perluasan merek (*brand extension*), merekomendasikan merek (*recommendation*), dan membayar harga premium (*price premium*). Fungsi jaminan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap respon konsumen. Sementara, pada fungsi identifikasi sosial dan fungsi status memiliki pengaruh yang berbeda pada sepatu olahraga merek Nike, Adidas, dan Reebok.