

**PENGARUH NAMA MEREK DENGAN KOMBINASI ANGKA TERHADAP
PERSEPSI KONSUMEN ETNIS CINA DAN ETNIS JAWA DI YOGYAKARTA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Ignatius Satrio Putro

NPM : 09 03 17556

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA,

MEI 2013

Skripsi

**PENGARUH NAMA MEREK DENGAN KOMBINASI ANGKA TERHADAP
PERSEPSI KONSUMEN ETNIS CINA DAN ETNIS JAWA DI YOGYAKARTA**

Disusun oleh :

Ignatius Satrio Putro

NPM : 09 03 17556

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.

03 April 2013

Skripsi

**PENGARUH NAMA MEREK DENGAN KOMBINASI ANGKA TERHADAP
PERSEPSI KONSUMEN ETNIS CINA DAN ETNIS JAWA DI YOGYAKARTA**

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh :

Ignatius Satrio Putro

NPM : 09 03 17556

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji Pada tanggal 07 Mei 2013 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Gunawan Jiwanto, Drs., MBA

Anggota Panitia Penguji

C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.

J. Sudarsono, Drs., MS.

Yogyakarta, 7 Mei 2012

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



D. Wahyu Ariani, SE., MT., Dr.

PERNYATAAN

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

**PENGARUH NAMA MEREK DENGAN
KOMBINASI ANGKA TERHADAP
PERSEPSI KONSUMEN ETNIS CINA DAN ETNIS JAWA
DI YOGYAKARTA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan 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, 3 April 2013

yang menyatakan



Ignatius Satrio Putro

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas hikmat dan kasih karunia-Nya penulisan skripsi yang berjudul **PENGARUH NAMA MEREK DENGAN KOMBINASI ANGKA TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN ETNIS CINA DAN ETNIS JAWA DI YOGYAKARTA** dapat terselesaikan dengan baik dan telah memberikan banyak pengalaman serta pengetahuan mengenai ilmu manajemen.

Selesainya Tugas Akhir ini adalah bantuan, bimbingan dan pengalaman serta dukungan dari semua pihak berupa material, spiritual maupun informasi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan banyak terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberkati dan mendampingi saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dosen pembimbing saya yang sangat baik yaitu bapak C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA. atas bimbingan dan arahnya, maka skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Kedua Orang Tua yang sangat saya cintai, Ignatius Sudjarmiko dan Fransiska Sri Lulut Lestari yang selalu memberikan semangat tidak henti supaya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Kakak yang sangat saya kasihi, Agnes Dhiany Indria Sari dan Theresia Dipta Paramitasari yang selalu memberi semangat untuk mengerjakan skripsi ini hingga terselesaikannya dengan baik.

5. Vania Nadia Yudita yang sangat saya sayangi, karena selalu membuat saya bersemangat dalam menuntaskan tugas akhir ini.
6. Para dosen Universitas Atma Jaya Fakultas Ekonomi Program Studi Ekonomi Manajemen, yang telah memberikan ilmu pengetahuan mengenai ekonomi, manajemen, pemasaran, dll yang sangat membantu saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh teman – teman seperjuangan yang bersamaan mengerjakan skripsi dan turut mendukung tugas akhir saya.
8. Teman – teman kampus dan teman-teman bermain yang selalu memberikan hiburan pada saat galau mengerjakan skripsi yang setiap hari mengajak bermain dan bercanda.
9. Teman SMA dan teman – teman yang tidak bisa saya sebut satu per satu. Saya mengucapkan terima kasih untuk doa dan dukungannya.
10. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri yang sudah bekerja keras. Terima kasih tanganku yang sudah mengetik setiap saat, otakku yang sudah bekerja keras berpikir setiap mengerjakan skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sampaikan satu per satu yang telah banyak memberikan dorongan dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.

Demikian pengantar dari saya selaku penulis, saya berharap dengan adanya penulisan skripsi ini, dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Namun, semua yang saya kerjakan ini tidaklah sempurna. Mohon maaf apabila terdapat salah penulisan maupun kata – kata yang kurang berkenan. Kritik dan

saran dari pembaca yang bermanfaat dan membangun bagi pemahaman lebih lanjut mengenai tugas ini tentulah sangat saya perlukan agar saya dapat melangkah lebih baik di masa depan nanti.

Akhir kata atas perhatian Bapak, Ibu, Saudara sekalian saya ucapkan terima kasih, Tuhan memberkati kita semua sampai selama – lamanya. Amin.

Yogyakarta, 3 April 2013

Penulis

(Ignatius Satrio Putro)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN INTISARI (<i>ABSTRACT</i>)	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Introduksi	1
1.2 Latar Belakang Masalah	1
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Perumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Prinsip Juliet vs Joyce	12
2.2 Nama Huruf – Angka	12

2.3 Kepercayaan China	13
2.4 Kepercayaan Jawa	17
2.5 Persepsi Konsumen	19
2.5.1 Pengertian Persepsi.....	19
2.5.2 Proses persepsi.....	20
2.5.3 Persepsi Konsumen	20
2.5.4 Karakteristik seseorang mempengaruhi persepsi	22
2.5.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi.....	23
2.6 Merek	25
2.7 Penelitian terdahulu.....	27
2.7.1 Studi 1.....	27
2.7.2 Studi 2.....	28
2.8 Hipotesis.....	30
2.9 Kerangka Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Lokasi Penelitian	32
3.1.1 Tempat penelitian	32
3.1.2 Waktu Penelitian	32
3.2 Definisi Operasional.....	32
3.3 Data Penelitian	33
3.3.1 Jenis Data.....	33
3.3.2 Sumber Data	33

3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.5 Pengujian Kuesioner	38
3.5.1 Uji Validitas.....	39
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.6 Analisis Data	40
3.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	40
3.6.2 Uji T.....	41
3.6.3 Uji F.....	42
3.6.4 Uji t.....	43
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Uji analisis validitas dan reabilitas.....	45
4.1.1 Uji Validitas.....	45
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.2 Deskriptif Karakteristik Responden	49
4.2.1 Karakteristik Responden Masyarakat Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.2 Karakteristik Responden Karyawan Berdasarkan Usia	50
4.3 Deskriptif Variabel.....	51
4.4 Analisis deskriptif angka keberuntungan	53
4.4.1 Analisis deskriptif angka keberuntungan Cina.....	54

4.4.2 Analisis deskriptif angka keberuntungan Jawa	56
4.5 Analisis deskriptif angka keberuntungan	57
4.6 Uji T	62
4.7 Analisis Regresi Sederhana	62
4.8 Uji Hipotesis (Uji F).....	63
4.9 Uji Hipotesis (Uji t).....	64
4.10 PEMBAHASAN	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
A. KESIMPULAN	72
B. SARAN	73
DAFTAR PUSTAKA	75
KUESIONER	78
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I : Angka dan Artinya dalam Bahasa China.....	14
Tabel 4.1 Uji Validitas Angka Keberuntungan.....	46
Tabel 4.2 Uji Validitas Nama Merk.....	47
Tabel 4.3 Uji Validitas Persepsi.....	48
Tabel 4.4 Reliabilitas	49
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	50
Tabel 4.7 Variabel Angka Keberuntungan	51
Tabel 4.8 Variabel Nama Merk.....	52
Tabel 4.9 Variabel Persepsi	53
Tabel 4.10 Angka Keberuntungan Cina.....	54
Tabel 4.11 Angka Keberuntungan Cina dengan usia < 30 t	h 54
Tabel 4.12 Angka Keberuntungan Cina dengan usia > 30 th	54
Tabel 4.13 Angka Keberuntungan Jawa	56
Tabel 4.14 Angka Keberuntungan Jawa dengan usia < 30 th.....	56
Tabel 4.15 Angka Keberuntungan Jawa dengan usia >30 th.....	57
Tabel 4.16 Deskriptif Responden berdasarkan Angka Keberuntungan Angka 1	57
Tabel 4.17 Deskriptif Responden berdasarkan Angka Keberuntungan Angka 2	58
Tabel 4.18 Deskriptif Responden berdasarkan Angka Keberuntungan	

Angka 3	58
Tabel 4.19 Deskriptif Responden berdasarkan Angka Keberuntungan	
Angka 4	59
Tabel 4.20 Deskriptif Responden berdasarkan Angka Keberuntungan	
Angka 5	59
Tabel 4.21 Deskriptif Responden berdasarkan Angka Keberuntungan	
Angka 6	60
Tabel 4.22 Deskriptif Responden berdasarkan Angka Keberuntungan	
Angka 7	60
Tabel 4.23 Deskriptif Responden berdasarkan Angka Keberuntungan	
Angka 8	61
Tabel 4.24 Deskriptif Responden berdasarkan Angka Keberuntungan	
Angka 9	61
Tabel 4.25 Uji t Paired Sampel Tes	
Tabel 4.26 Rangkuman Hasil Olah Data Regresi	
Tabel 4.27. Hasil Uji F	
	64

PENGARUH NAMA MEREK DENGAN KOMBINASI ANGKA TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN ETNIS CINA DAN ETNIS JAWA DI YOGYAKARTA

Disusun oleh :
Ignatius Satrio Putro
NPM : 09 03 17556

Pembimbing
C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis perbedaan angka keberuntungan masyarakat Jawa dan Cina dan pengaruh nama merek dengan kombinasi angka terhadap persepsi konsumen etnis Cina dan etnis Jawa di Yogyakarta. Hipotesis dalam penelitian ini antara lain : ada perbedaan angka keberuntungan antara masyarakat Jawa dan Cina (H_1) dan Nama merek dengan kombinasi angka akan mempengaruhi persepsi konsumen atas sebuah produk (H_2). Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan wawancara dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga keturunan Tionghoa dan keturunan Jawa di Yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 200 orang, 100 orang keturunan Tionghoa dan 100 orang keturunan Jawa. Dengan menggunakan non – probabilitas atau sampel tidak acak, teknik penentuan sampel yang dilakukan peneliti pada penelitian ini adalah *judgment sampling*. Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui perbedaan angka keberuntungan dan pengaruh pengaruh gaya nama merek dengan kombinasi angka terhadap persepsi adalah SPSS 15.0 for Windows dengan analisis regresi linier sederhana dan uji beda.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, Hasil uji T menunjukkan bahwa Hasil uji beda angka keberuntungan masyarakat Cina dan Jawa dengan untuk *Paired Sample* menunjukkan nilai $t\text{-stat} = 2,196$ dengan $Sig (I\text{-tailed}) = 0,015$ pada $\alpha = 0,05$, artinya ada perbedaan antara angka keberuntungan masyarakat Cina dan Jawa ini menggambarkan bahwa hipotesis null dapat ditolak. Berdasarkan nilai *mean difference* pada tabel *t-test* terlihat perbedaan rata-rata adalah sebesar 1,0400. artinya ada perbedaan antara angka keberuntungan masyarakat Cina dan Jawa. Hasil regresi diperoleh angka koefisien korelasi (R) sebesar 0,861 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel nama merek dengan kombinasi angka terhadap variabel persepsi konsumen. Uji F diperoleh F hitung sebesar 649,463 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($649,463 > 3,29$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$), maka H_a diterima maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel persepsi konsumen. Dengan kata lain, variabel nama merek dengan kombinasi angka mempengaruhi variabel persepsi konsumen. Pada nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai probabilitas $< \text{nilai } \alpha$ ($25,485 > 1,980$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ untuk regresi antara variabel nama merek dengan kombinasi angka maka H_1 dan H_2 diterima.

Kata kunci : angka keberuntungan, nama merek dengan kombinasi angka, persepsi konsumen