



BRAND NAME PRODUCTS - MARKETING

 UNIVERSITAS SASTRA JAYA YOGYAKARTA	NO. * UR. / KEM. /	PERNYATAAN KELENGKAPAN
DATE	10 MAY 2007	
REVISI	3181/EM/Hd.5/2007	
REVISI	Rf 658-827 ARI 06	
REVISI		

 UNIVERSITAS SASTRA JAYA YOGYAKARTA	UNIVERSITAS SASTRA JAYA YOGYAKARTA FACULTY OF LINGUISTICS PROGRAM OF COMMUNICATION
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------

**ANALISIS PENGARUH *BRAND ASSOCIATIONS*
TERHADAP RESPON KONSUMEN
(Studi Produk Sepatu Olahraga pada Mahasiswa UAJY)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

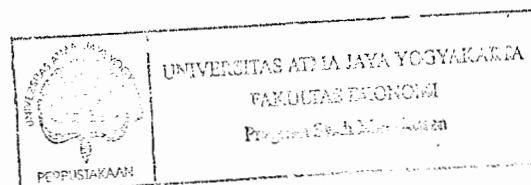


Disusun Oleh:

Yustinus Arinto Nurwidyawan

NPM : 02 03 13794

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
NOVEMBER, 2006**



SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *BRAND ASSOCIATIONS*
TERHADAP RESPON KONSUMEN**


Disusun oleh :

Yustinus Arinto Nurwidyawan

NPM : 02 03 13794

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama


Budi Suprpto, Ph.D.

Tanggal 29 September 2006

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH *BRAND ASSOCIATIONS*
TERHADAP RESPON KONSUMEN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Yustinus Arinto Nurwidyawan

NPM : 02 03 13794

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 11 November 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

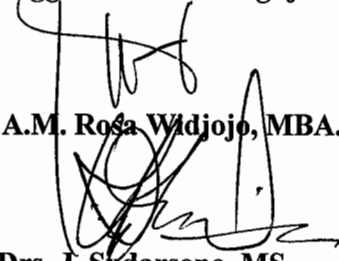
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Dra. J. Ellyawaty, MM.

Anggota Panitia Penguji




Dra. A.M. Rosa Widjojo, MBA.

Drs. J. Sudarsono, MS.

Yogyakarta, 11 November 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatmo, MA.

PERNYATAAN

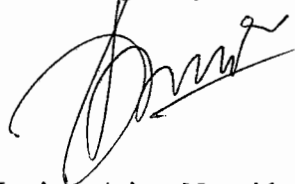
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH *BRAND ASSOCIATIONS* TERHADAP RESPON KONSUMEN

benar-benar hasil karya saya 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, 29 September 2006

Yang menyatakan



Yustinus Arinto Nurwidyawan

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan yang penuh kasih, karena berkat dan karunia-Nya akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi tugas akademik guna melengkapi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat membantu dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Selama penulisan skripsi ini berlangsung, penulis telah mendapatkan banyak masukan, bantuan dan semangat dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini tak lupa penulis ucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu menjagaku dan mengasihiku.
2. Keluargaku tercinta (Bapak, Ibu, Mba Ita, Mas Probo serta keponakan-keponakanku Poundra dan Rangga) yang tiada henti memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan fasilitas. Terima kasih untuk semua cinta dan jerih payahnya.
3. Bapak Budi Suprpto, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan membimbing hingga selesainya skripsi ini.
4. Para dosen yang telah memberikan pendidikan dan pengajaran, serta seluruh staf dan karyawan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. *Specially* buat Alvie dan keluarga (mamie, papie dan de Nuel). Terimakasih buat semuanya “*You’re all I need and I couldn’t do any of this without you*”.
6. Mbah Ranu Suharjo di Pojok, Om Yon sekeluarga, Om Kiat sekeluarga dan seluruh keluargaku.

7. “My Bro” Denny dan keluarga, “*best friend that I ever had*”. Atas persahabatan dan tak lupa atas tumpangan makan beserta fasilitas kreditannya. Terimakasih buat semuanya Bro.
8. Mas Heppi dan keluarga Batik Luwes Putera. Makasi Mas buat kepercayaan, petualangan, pengalaman dan job-job kerennya.
9. Sahabat-sahabat kampusku Galih terimakasih atas persahabatan dan semua kebaikannya, Ade-Pras, Sari, Ajeng, Andre komandan, Borne, Alex, Harry, Ninox GPA, Yulia, Kunto, Johan, Kunto dan semua temen-temen seperjuangan di kampus UAJY.
10. Sahabat-sahabat rantauku Maschun, Bagus, Eiji, Siska, Nina “oneng”, Karmel, Yanti, Oby, Regis, Sabet, Wesly, dan KBA2Y (Keluarga Besar Angso Duo Yogyakarta).
11. Temen-temen KKN di Padukuhan Prahu serta Bapak dan Ibu. Terimakasih buat kebersamaan dan momen indahny.
12. Temen-temen kontrakanku Masrum, Mas Thamrin dan Bang Jaka.
13. Semua yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dan semua yang telah mengisi dan mewarnai cerita hidupku GBU.

Disadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan serta pengalaman. Oleh karena itu sangat diharapkan adanya kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini

Yogyakarta, Oktober 2006

Penulis,

Yustinus Arinto Nurwidyawan

"It's something unpredictable but in the end is right,

I hope you had the time of your life".

(Green Day)

"Maka dari itu serahkanlah seluruh hidupmu kepada Tuhan

dan percayalah kepada-Nya karena Ia akan bertindak".

(Mazmur 37:1 - 40)





*Dengan segala kerendahan hati, kupersembahkan skripsi ini untuk:
Keluargaku tercinta yang senantiasa menyayangiku dan tiada lelah berdoa untukku,
Alvie "kecebongku" yang sangat aku kasih dan semua sahabat-sahabatku.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Hipotesis	6
1.7. Metode Penelitian	7
1.8. Sistematika Penulisan	12

BAB II : LANDASAN TEORI.....	13
2.1. Merek (<i>Brand</i>)	13
2.2. <i>Brand Associations</i>	14
2.3. Dimensi Fungsi Merek.....	15
2.4. Perilaku Konsumen.....	19
2.5. Pengaruh Fungsi Merek pada Respon Konsumen	20
BAB III : METODE PENELITIAN	22
3.1. Jenis Penelitian.....	22
3.2. Metode Pengambilan Sampel	23
3.3. Sumber Data.....	23
3.4. Metode Pengukuran Data.....	24
3.5. Metode Analisis Data.....	27
BAB IV : ANALISIS DATA.....	36
4.1. Analisis Persentase.....	36
4.1.1. Persentase Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.1.2. Persentase Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku.....	38
4.1.3. Persentase Merek (<i>Brand</i>) Favorit.....	39
4.2. Analisis Outlier	40
4.3. Analisis Normalitas Data	41
4.4. Validitas dan Reliabilitas	43
4.4.1. Validitas	43
4.4.2. Reliabilitas	45

4.5. <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	45
4.5.1. Uji Kesesuaian Model – <i>Goodness-of-fit Test</i>	47
4.5.2. Pengujian Model Struktural / Hipotesis	49
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Implikasi Manajerial	53
5.3. Kelemahan dan Saran Penelitian Lanjutan	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. <i>Goodness-of-Fit Indices</i>	34
Tabel 4.1. <i>Mahalanobis distance</i>	41
Tabel 4.2. <i>Assessment of normality</i>	42
Tabel 4.3. <i>Regression Weight (Loading Factor)</i> konstruk	44
Tabel 4.4. Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.5. Analisis <i>Goodness-of-fit Indexes</i>	49
Tabel 4.6. Evaluasi <i>Critical Ratio</i> Hipotesis Penelitian	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Model Teoritis	6
Gambar 3.1. Diagram Alur Model <i>Brand Associations</i>	29
Gambar 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Gambar 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku.....	38
Gambar 4.3. Merek (<i>Brand</i>) Favorit Pilihan Responden.....	39
Gambar 4.4. Output <i>Structural Equation Model</i> AMOS 4.0	46

**ANALISIS PENGARUH *BRAND ASSOCIATIONS*
TERHADAP RESPON KONSUMEN
(Studi Produk Sepatu Olahraga pada Mahasiswa UAJY)**

Disusun Oleh :

Yustinus Arinto Nurwidyawan

NPM : 02 03 13794

Pembimbing Utama

Budi Suprpto, Ph.D

Intisari

Mengingat peran strategis dari fungsi merek guna menciptakan suatu nilai baik bagi perusahaan dan konsumen, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) kesesuaian model teoritis yang dikonsepskan secara empirik (2) mengetahui bagaimana pengaruh dimensi-dimensi *brand associations* terhadap respon konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) literatur, (2) kuesioner, dan (3) analisis Model dengan *Structural Equation Modeling*.

Penelitian ini melihat bagaimana asosiasi merek sepatu olahraga yang mengekspresikan utilitas merek secara fungsional dan simbolik yang diasosiasikan oleh mahasiswa UAJY dengan pemakaian dan konsumsi merek. Dari kajian literatur diperoleh empat dimensi dari *brand associations* yaitu: (1) *guarantee*, (2) *personal identification*, (3) *social identification*, dan (4) status. Respon mahasiswa UAJY yang diukur dalam penelitian ini mencakup: *brand extension*, *recommendation*, dan *price premium*.

Dari penelitian ini diperoleh bahwa model teoritis yang dikonsepskan sesuai dengan data yang dikumpulkan sehingga model dapat teruji secara empiric. Untuk dimensi-dimensi yang dianalisis secara simultan melalui *Structural Equation Modeling* diperoleh bahwa dimensi *guarantee* berpengaruh positif terhadap respon konsumen, dimensi *personal identification* berpengaruh positif terhadap respon konsumen, dimensi *social identification* tidak berpengaruh positif terhadap respon konsumen, dan dimensi status berpengaruh positif terhadap respon konsumen.

Kata kunci: *brand associations* dan respon konsumen