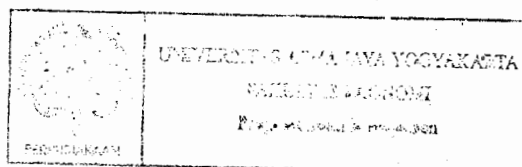


BRAND NAME PRODUCT - MARKETING STRATEGIC

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA	
18 DEC 2006	
Examinator	29/12 / EM / Ad.12 / 2006
Ministrasi	Rf 658.87 AUG 06
Seleksi	



**ANALISIS PENGARUH NEGATIF  
BRAND EXTENSIONS TERHADAP BRAND IMAGE  
STUDI KASUS MEREK PEPSODENT DAN MEREK ABC  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA  
YOGYAKARTA (UAJY)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat  
Sarjana Ekonomi (S1) Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

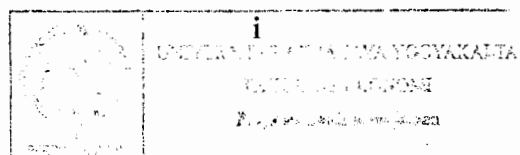


**Disusun oleh:**

**AUGUSTINUS**

**NPM : 02 03 13421**

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



SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH NEGATIF  
BRAND EXTENSIONS TERHADAP BRAND IMAGE  
STUDI KASUS MEREK PEPSODENT DAN MEREK ABC  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
(UAJY)**

Oleh

Augustinus

NPM : 02 03 13421

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama :

  
Budi Suprpto, Ph.D.

Tanggal 30 Juni 2006

**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENGARUH NEGATIF**  
***BRAND EXTENSIONS* TERHADAP *BRAND IMAGE***  
**STUDI KASUS MEREK PEPSODENT DAN MEREK ABC**  
**PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
**( UAJY )**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

AUGUSTINUS

NPM : 02 03 13421

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 5 Agustus 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**

  
( Budi Suprpto, Ph.D. )

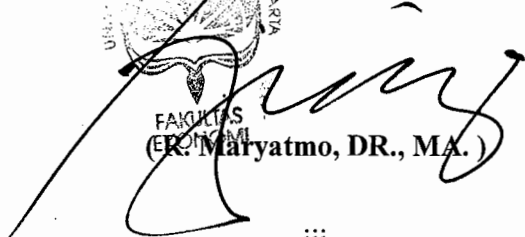
**Anggota Panitia Penguji**

  
( C. Jarot Priyogutomo, DRS., MBA. )

  
( D. Koeshartono, DRS., MM. )

Yogyakarta, 5 Agustus 2006  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Fakultas Ekonomi

Dekan,

  
( E. Maryatmo, DR., MA. )

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

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

**Analisis Pengaruh Negatif *Brand Extensions* Terhadap *Brand Image***

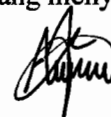
**Studi Kasus Merek Pepsodent dan Merek ABC**

**Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta ( UAJY )**

Benar-benar hasil karya Saya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang 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 ( UAJY ).

Yogyakarta, 23 Juni 2006

Yang menyatakan



Augustinus

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan pertolonganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Negatif *Brand Extensions* Terhadap *Brand Image*” Studi Kasus Merek Pepsodent dan Merek ABC Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta ( UAJY ). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Budi Suprpto, Ph. D., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Rektor, dekan, seluruh dosen dan seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya yang telah memperlancar jalannya proses belajar-mengajar dan kegiatan akademik.
3. Segenap staf dan karyawan perpustakaan Universitas Atma Jaya yang telah membantu dalam penyediaan buku-buku dan literatur.
4. Papa dan Mama tercinta yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan untuk melanjutkan studi di tingkat S1.

5. Koko-koko dan Adik-adik penulis yang mendorong penulis untuk menyelesaikan studi.
6. Bimbingan Pandita, Pandita Muda, Buddha Siswa, Pelaksana Vihara dan teman-teman seiman yang menguatkan penulis.
7. Asih yang selalu memberikan motivasi dan semangat bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. (*Te Amo, Asih*)
8. Teman-teman seperjuanganku : A Lam, Diana, Wenna, Ivana, Ana yani, Vera, dan Suryanto yang banyak memberikan semangat dan dukungan.
9. Teman-teman kost : Weijie, Soin, Sau Sun, Ko Benny, dan Ko Eddy yang selalu memberikan bantuan, doa, dorongan serta saran-saran yang berguna bagi penulis.
10. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan memberi semangat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang berguna bagi perbaikan skripsi ini sangat penulis harapkan. Untuk itu, pembaca bisa mengirimkan kritik, saran dan sumbangan ide-ide baru ke [Nicketer\\_85@yahoo.com](mailto:Nicketer_85@yahoo.com).

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 23 Juni 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	4
I.3. Batasan Masalah.....	6
I.4. Tujuan Penelitian.....	8
I.5. Manfaat Penelitian.....	10
I.6. Hipotesis.....	10
I.7. Metodologi Penelitian.....	12
I.8. Metode Analisis Kuesioner.....	15
I.9. Metode Analisis Data.....	16
I.10. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II : LANDASAN TEORI.....	21



II.1. Pengertian Pemasaran.....	21
II.2. Manajemen Pemasaran.....	22
II.3. Konsep Pemasaran.....	23
II.4. Strategi <i>Marketing Mix</i> .....	25
II.5. Merek.....	31
II.6. Strategi Merek.....	37
II.7. Perluasan Merek ( <i>Brand Extensions</i> ).....	39
II.8. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	44
II.9. Hubungan Antara <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Extensions</i> .....	47
BAB III : METODE PENELITIAN.....	50
III.1. Jenis Penelitian.....	50
III.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
III.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	50
III.4. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
III.5. Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	52
III.6. Populasi dan Sampel.....	53
III.7. Metode Pengambilan Sampel.....	54
III.8. Pengujian Kuesioner.....	56
III.9. Metode Analisis Data.....	57
BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	61
IV.1. Analisis Kuesioner.....	61
IV.2. Analisis Data.....	68
IV.3. Pengujian Hipotesis.....	79
BAB V : KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN.....	88

V.1. Kesimpulan.....	88
V.2. Saran.....	93
V.3. Keterbatasan Penelitian.....	98

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV. 1. Hasil Analisis Realibilitas Untuk Merek Pepsodent.....	63
Tabel IV. 2. Hasil Analisis Realibilitas Untuk Merek ABC.....	64
Tabel IV. 3. Koefisien Regresi Berganda Merek Pepsodent.....	67
Tabel IV. 4. Koefisien Regresi Berganda Merek ABC.....	69
Tabel IV. 5. Nilai t Dari koefisien Regresi Merek Pepsodent.....	73
Tabel IV. 6. Nilai t Dari koefisien Regresi Merek ABC.....	75
Tabel IV. 7. Perbandingan Antara <i>Brand image</i> Sebelum <i>Brand Extensions</i> Dengan <i>Brand image</i> Sesudah <i>Brand Extensions</i> .....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Analisis Validitas Kuesioner
- Lampiran 3 : Analisis Realibilitas Kuesioner
- Lampiran 4 : Hasil Regresi Berganda dan Hasil Uji t Untuk Merek Pepsodent
- Lampiran 5 : Hasil Regresi Berganda dan Hasil Uji t Untuk Merek ABC
- Lampiran 6 : Jawaban Responden Untuk Merek Pepsodent
- Lampiran 7 : Jawaban Responden Untuk Merek ABC
- Lampiran 8 : Tabel t
- Lampiran 9 : Tabel F

**ANALISIS PENGARUH NEGATIF**  
**BRAND EXTENSIONS TERHADAP BRAND IMAGE**  
**STUDI KASUS MEREK PEPSODENT DAN MEREK ABC**  
**PADA MAHASISWA ATMA JAYA YOGYAKARTA (UAJY)**

Disusun oleh

Augustinus

02 03 13421

Dosen Pembimbing Utama

Budi Suprpto, Ph. D.

**INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh negatif *brand extensions* terhadap *brand image* studi kasus merek Pepsodent dan merek ABC. Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dan jumlah sampel yang diambil sebanyak 300 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah 1) Analisis Regresi Berganda, 2) Uji F, dan 3) Uji t.

Variabel – variabel dalam penelitian ini adalah variabel *brand image* setelah *brand extensions* (Y) yang menjadi variabel dependen sedangkan variabel independennya adalah *brand image* sebelum *brand extensions* (X1), *fit* (X2), *quality* (X3), *difficulty* (X4), dan *brand awareness* (X5). Persamaan pada merek Pepsodent yang diperoleh adalah  $Y = 10,802 + 0,137 X1 + 1,233 X2 + 0,108 X3 + 0,0201 X4 + 0,783 X5$ . sedangkan persamaan pada merek ABC yang diperoleh adalah  $Y = 9,753 + 0,282 X1 + 0,393 X2 + 0,273 X3 + 1,375 X4 + 0,0840 X5$ .

Dilihat dari perbandingan *brand image* sebelum dan sesudah *brand extensions* pada merek Pepsodent dapat dilihat bahwa *brand extensions* dapat memperburuk *brand image*. Sedangkan pada merek ABC dapat dilihat bahwa *brand extensions* tidak memperburuk *brand image*. Untuk merek Pepsodent, variabel-variabel independen yang berpengaruh secara signifikan pada *brand image* setelah *brand extensions* adalah variabel *fit* (X2) dan *brand awareness* (X5). dan untuk merek ABC, variabel independen yang berpengaruh secara signifikan pada *brand image* setelah *brand extensions* adalah variabel *brand image* sebelum *brand extensions* (X1) dan variabel *difficulty* (X4).