



MISI PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS PADJADJARAN

Diterima — 27 JUN 2007

Inventarisasi : 3438/EM/Hd.6/2007

Klasifikasi : R4 658.827 Awa 07

Solusok : Bromang



UNIVERSITAS PADJADJARAN YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI
Program Studi Manajemen

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERLUASAN MEREK
(TELEPON SELULER NOKIA)**

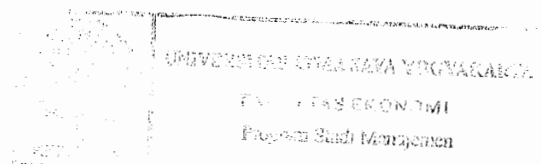
SKRIPSI

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



Disusun Oleh :
Awan Jaya Perkasa Setiyawan
NPM : 02 03 13594

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Juni 2007**



SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERLUASAN MEREK
(TELEPON SELULER NOKIA)

Disusun Oleh:
AWAN JAYA PERKASA SETIYAWAN
NPM: 02 03 13594

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



C. Handoyo Wibisono., Drs, MM.

Yogyakarta, 10 Mei 2007

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERLUASAN MEREK
(TELEPON SELULER NOKIA)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Awan Jaya Perkasa Setiyawan

NPM : 02 03 13594

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 8 Juni 2007
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

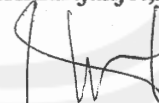


C. Handoyo Wibisono., Drs., MM.

Anggota Panitia Penguji



A. Dedy Handrimurtjahjo., Drs., MBM.



AM. Rosa Widjojo., Dra., MBA.

Yogyakarta, 8 Juni 2007

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatmo, MA.

FAKULTAS
EKONOMI

PERNYATAAN

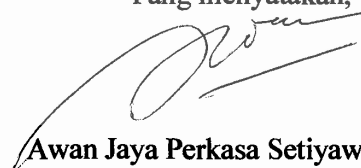
Saya yang bertandatangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**ANALISI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERLUASAN MEREK
(TELEPON SELULER NOKIA)**

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan maupun ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut, catatan kaki dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 Mei 2007

Yang menyatakan,



Awan Jaya Perkasa Setiyawan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Yesus Kristus atas berkat dan anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perluasan Merek (Telepon Seluler Nokia)". Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari dalam proses penyusunan Skripsi ini penulis mendapatkan bantuan dari banyak pihak sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan tertulis kepada:

1. Bapak C. Handoyo Wibisono., Drs., MM. yang dengan kebaikan dan kesabarannya telah mendukung, membimbing, dan mengoreksi penulis hingga selesainya skripsi ini.
2. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta yang telah membantu selama proses perkuliahan.
3. Bapak A. Dedy Handrimurtjahjo.,Drs., MBM. Dan Ibu AM. Rosa Widjojo.,Drs., MBA. Selaku dosen penguji, yang telah menguji dan memeberikan arahan kepada penulis.
4. Bapak Dr. R. Maryatmo, MA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Papi dan Mami tercinta yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan doanya untuk penyelesaian skripsi ini, buat adikku Bayu SJ yang selalu menyemangati dan berdoa agar skripsi ini dapat diselesaikan. I love you all ☺

6. Buat semua keluargaku yang berada di manapun, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, karena sangat banyak. Terima kasih buat dukungan moril maupun materil. Terima kasih semuanya!
7. Buat Ko Anto, Ce Yetty dan Ce Leny, yang telah memperkenalkanku dengan Tuhan Yesus. Hal yang tak kan pernah kusesali. Thanx!
8. Buat *fulltimer* Gereja Mawar Sharon (GMS) Miracle Yogyakarta: Pdm. Antoni M., Ce Lia, Niken, Ce Fretty, Ce Shinta dan Natanael, yang telah memberikan teladan, motivasi, doa, dan kepercayaan dalam pelayanan, pertumbuhan dan pengenalan akan Kristus. Semangat n Keep On Fire!
9. Rckan-rekan PAW (koord. Evan; Semua Songleader, Singer, Choir, Pemusik, Tamborine, Soundman, dan Multimedia) Gereja Mawar Sharon (GMS) Miracle Yogyakarta. Terima kasih sudah memberiku kesempatan dan kepercayaan bergabung untuk melayani Tuhan, serta membagikan nilai-nilai pelayanan yang luar biasa, yang sangat berguna dalam proses kuliah maupun pengerjaan skripsi ini. You are The Excellent Servant!
10. Sel ProM Miracle 2 Gereja Mawar Sharon (GMS) Miracle Yogyakarta; Ricky, Tomi, Ce Vera, Peter, Hwie Go terima kasih buat kepercayaannya, doa dan kesediaannya untuk mendengarkan *sharing* masalah skripsi. God Bless u all!
11. Om dan Tante Kos, serta anak-anak kos MURNI; Adi, Ricky, Wawan, Tomi, Nico, dan Kuku. My Kos is My Home!
12. Teman-teman KKN Puduk 2006 (Didip, Alex, Eliz, Herlina, dan Baz) buat kenangan indah yang tak terlupakan selama KKN.

13. Teman seperjuangan skripsi: Bily, Rosa, Nani, Yopie, Ratna dan Tomi terima kasih buat info dan pinjaman buku-buku pendukung skripsi.

14. Marlin, rekan kuliah yang telah membantu menyediakan handout statistik.

15. Niken, atas doa, dukungan dan persahabatannya selama ini.

16. Henry Jauwhanes, terima kasih buat pinjaman laptopnya, tanpa laptop-mu skripsi ini akan selesai jauh lebih lama.

17. Buat Herlina., SE, terima kasih buat pinjaman printernya, terima kasih buat waktu, bantuan, semangat, informasi, dll. Tanpa bantuan dan dukunganmu, entah kapan skripsi ini akan selesai. Terima kasih dan Tetaplah Tersenyum!

18. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, dari Sabang sampe Merauke. GBU ☺

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu saran atau kritik yang ditujukan bagi kesempurnaan skripsi ini akan sangat penulis hargai.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 10 Mei 2007

Penulis

MOTTO

PERHATIKAN! Bukan kritik yang diperhitungkan. Bukan dia yang menunjukkan bagaimana orang kuat jatuh, atau dimana seharusnya seorang pelaku melakukan sesuatu dengan lebih baik. Penghargaan diberikan pada orang yang berada di gelanggang. Yang wajahnya berhias debu, keringat, dan darah, yang bergumul dengan berani. Yang berbuat salah dan terus merasa kekurangan. Yang mengenal **SEMANGAT** dan **KESETIAAN** yang besar, serta menghabiskan waktunya untuk melakukan perkara-perkara yang bernilai. Mereka yang paham yang terbaiklah yang akan mencapai prestasi tertinggi. Dan mereka yang walaupun gagal, telah melakukan apa yang terbaik. Sehingga tempatnya tidak akan pernah bersama jiwa-jiwa yang dingin dan takut. Yang tidak mengenal baik kemenangan maupun kekalahan.

Theodore Roosevelt

Apakah penentu hakekat seorang Pria?

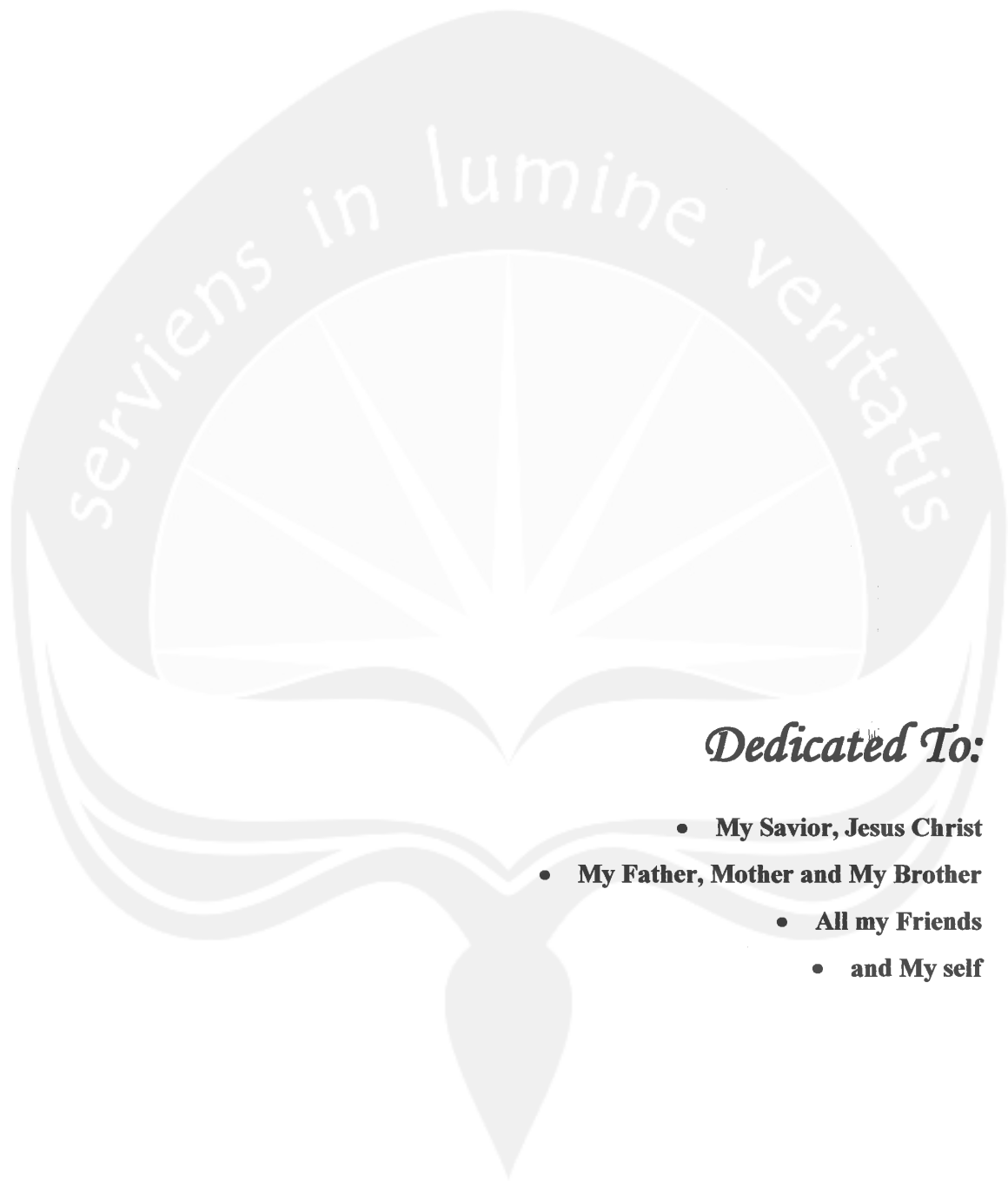
Temanku bertanya – Tanya...

Apakah asal – usulnya? atau Bagaimana ia terlahir?

Kurasa bukan...

PILIHAN yang dia buat yang menentukan.

Bukan bagaimana ia memulai segala sesuatunya, tetapi bagaimana ia memutuskan untuk mengakhirinya!



Dedicated To:

- **My Savior, Jesus Christ**
- **My Father, Mother and My Brother**
- **All my Friends**
- **and My self**

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Lingkup Permasalahan.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II. LANDASAN TEORI	10
2.1. Konsep Merek.....	10
2.2. Ekuitas Merek.....	11
2.2.1 Kesadaran Merek.....	11
2.2.2 Asosiasi Merek.....	12
2.2.3 Loyalitas Merek.....	12
2.3. Keputusan Strategi Merek.....	13
2.4. Konsep Strategi Merek Perluasan (Brand Extension).....	15

2.5. Loyalitas Merek.....	18
2.6. Tahap-tahap Loyalitas.....	18
2.7. Gambar Diri (Self-image).....	19
2.8. Model Penelitian.....	20
2.9. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III. METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Populasi dan Sampel.....	23
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	25
3.4. Variabel Penelitian.....	26
3.5. Desain Kuesioner dan Pengukuran Data.....	27
3.6. Pengujian Instrumen Pengukuran.....	31
3.7. Uji Validitas.....	31
3.8. Uji Reliabilitas.....	33
3.9. Metode Analisis Data.....	36
BAB IV. ANALISIS DATA.....	39
4.1. Hasil Respon Kuesioner.....	39
4.2. Karakteristik Responden.....	39
4.2.1 Usia Responden.....	39
4.2.2 Jenis Kelamin Responden.....	40
4.2.3 Pendidikan Responden.....	41
4.3. Pengujian Hipotesis.....	41
4.4.1 Hipotesis 1.....	47
4.4.2 Hipotesis 2.....	48
4.4.3 Hipotesis 3.....	49
4.4.4 Hipotesis 4.....	49
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1. Kesimpulan.....	51

5.2. Implikasi Manajerial.....	52
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	53
5.4. Saran Penelitian Mendatang.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Pengujian Validitas.....	33
Tabel 3.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	34
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Pada Citra Diri.....	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	41
Tabel 4.4	Hasil Perhitungan Regresi Berganda Metode <i>Enter</i>	43
Tabel 4.5	Daftar Variabel Yang Memenuhi Syarat.....	44
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan Regresi Berganda Metode <i>Stepwise</i>	45

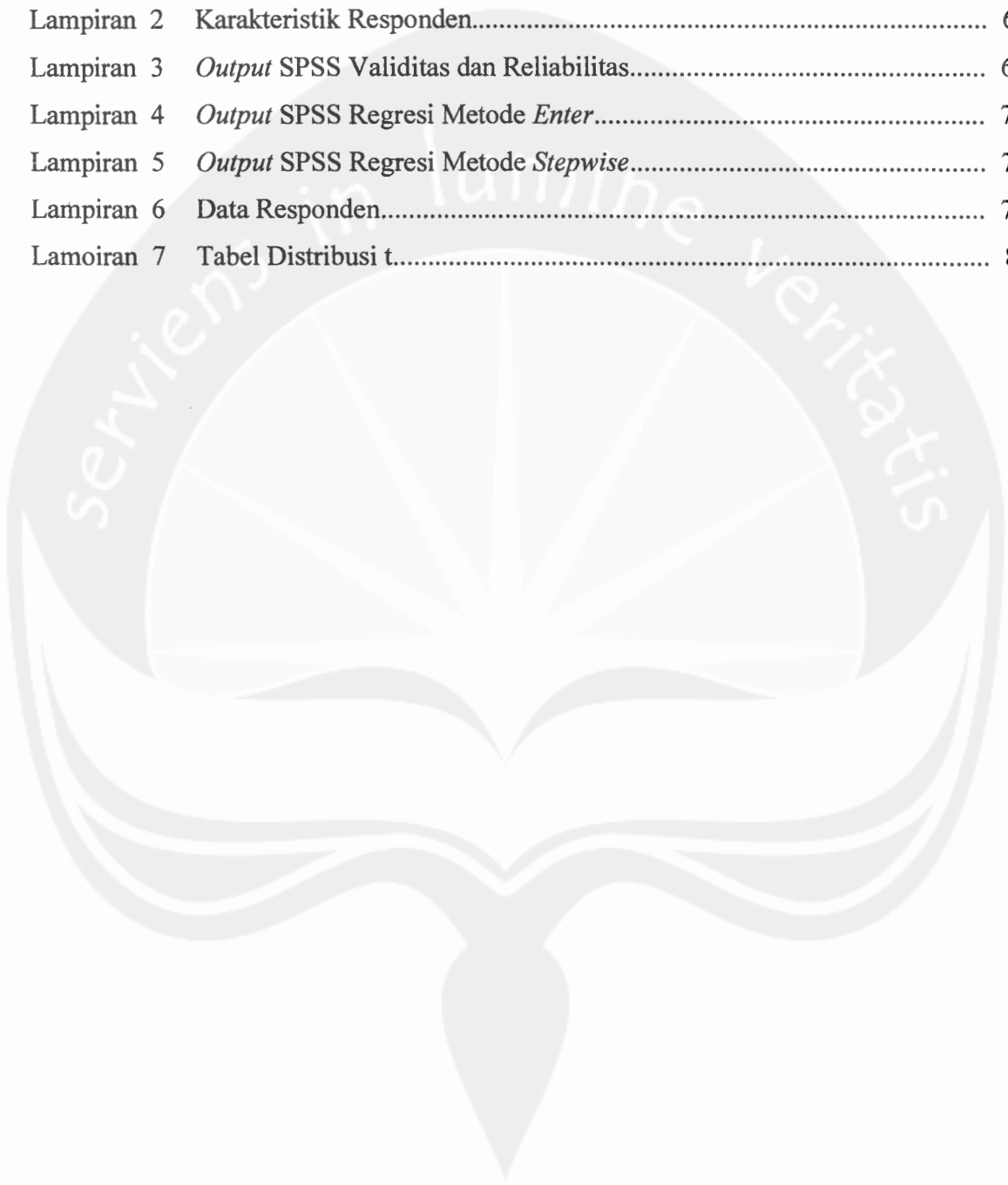
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Brand Strategy</i>	13
Gambar 2.2	Model Penelitian.....	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	58
Lampiran 2	Karakteristik Responden.....	60
Lampiran 3	<i>Output</i> SPSS Validitas dan Reliabilitas.....	61
Lampiran 4	<i>Output</i> SPSS Regresi Metode <i>Enter</i>	71
Lampiran 5	<i>Output</i> SPSS Regresi Metode <i>Stepwise</i>	73
Lampiran 6	Data Responden.....	76
Lampiran 7	Tabel Distribusi t.....	80



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERLUASAN MEREK
(TELEPON SELULER NOKIA)**

Disusun Oleh:

Awan Jaya Perkasa Setiyawan

NPM : 02 03 13594

Pembimbing Utama

C. Handoyo Wibisono., Drs., MM.

Intisari

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji Untuk menguji apakah variabel hubungan afektif terhadap merek awal, intensi perilaku loyal terhadap merek awal, hubungan citra diri terhadap merek awal, dan kemiripan antara merek awal dengan merek perluasan berpengaruh secara signifikan terhadap evaluasi menyeluruh perluasan merek.

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah 100 sampel, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden, dalam hal ini yang memiliki atau menggunakan telepon seluler Nokia. Metode yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah analisis regresi berganda.

Dari hasil penelitian tersebut diketahui *Adjusted R²* adalah sebesar 0,491, nilai tersebut menunjukkan kemampuan variabel hubungan afektif dengan merek awal, intensi perilaku loyal terhadap merek awal, dan kemiripan merek awal dengan merek perluasan menjelaskan varians variabel evaluasi menyeluruh terhadap perluasan merek sekitar 49,1%, sedangkan sisanya 50,9% dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

Hipotesis 1, hipotesis 2 dan hipotesis 4 diterima, sedangkan hipotesis 3 ditolak.

Kata kunci: hubungan afektif, perilaku loyal, citra diri, kemiripan antar merek, evaluasi merek perluasan.