

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP

EKUITAS MEREK

HONDA, SUZUKI DAN KAWASAKI

Studi Pada: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



DISUSUN OLEH :

**Yulius Leonard
NPM: 98 0310723**

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

JUNI, 2006



SKRIPSI:

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP

EKUITAS MEREK

HONDA, SUZUKI DAN KAWASAKI

Studi Pada: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta

Disusun Oleh:

Yulius Leonard

NPM. 98 03 10723

Telah disetujui dan ditandatangani oleh:

Pembimbing Utama:



Drs C. Jarot Priyogutomo, MBA

Tanggal 15 Mei 2006

SKRIPSI:

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP EKUITAS

MERREK HONDA, SUZUKI DAN KAWASAKI

Studi Pada: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Disusun Oleh:

Yulius Leonard

NPM. 98 03 10723

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 15 Juni 2006 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi

(S1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

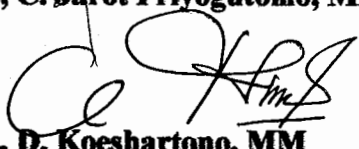
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


TH. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si

Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA


Drs. D. Koeshartono, MM

Yogyakarta, 25 Juli 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatmo, MA

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

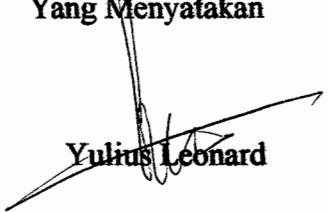
ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP EKUITAS MEREK HONDA, SUZUKI DAN KAWASAKI

Studi Pada: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta

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

Yogyakarta 15 Mei 2006

Yang Menyatakan


Yulius Leonard

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Yang Maha Kuasa atas terselesainya karya tulis ini. Karya tulis yang berjudul: ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP EKUITAS MEREK HONDA, SUZUKI DAN KAWASAKI Studi Pada: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta ini saya persembahkan kepada orang tua saya dan rekan-rekan mahasiswa yang juga tertarik pada Brand Equity. Karya tulis ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan mencapai derajat sarjana ekonomi (S1)

Pada Kesempatan ini saya juga menyatakan terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan karya tulis ini. Saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. 1 Ibu saya yang telah memberikan semangat kepada saya untuk menyelesaikan karya tulis ini.
2. Bapak Jarot selaku pembimbing yang membantu saya untu kenyelesaikan karya tulis ini.
3. Ibu Tutuk yang membantu saya dalam menyelesaikan analisis deskriptif dan kuantitatif.
4. Ady Lesmana yang telah memberikan inspirasi dalam menyelesaikan karya tulis ini.
5. Bapak Fandy yang memperkenalkan saya kepada Brand Equity.
6. Pihak-pihak lainnya yang secara tidak langsung membantu saya dalam menyelesaikan karya tulis ini.

Penulis menulis karya tulis ini dengan seluruh kemampuannya, tetapi penulis juga sadar bahwa karya tulis ini masih belum sempurna. Karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati memohon kritik dan saran yang membangun.



Daftar Isi

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan Pembimbing	
Halaman Pengesahan Skripsi	
Halaman Pernyataan	
Kata Pengantar	
Daftar Isi	
Daftar Tabel	
Daftar Gambar	
Intisari	
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Hipotesis	6
1.7. Metode Penelitian	6
1.7.1. Bentuk Penelitian	6
1.7.2. Populasi dan metode Pengambilan Sampel	6
1.7.3. Tempat Penelitian	8
1.7.4. Metode Pengumpulan Data	8

1.7.5. Metode Analisis Data	9
1.7.6. Teknik Pengambilan instrumen	12
BAB II : LANDASAN TEORI	13
2.1. Landasan Teori	13
2.2. Bauran Pemasaran	14
2.3. Pengertian Produk	15
2.4. Merek (Brand)	16
2.4.1. Pengertian Merek (Brand)	16
2.4.2. Nilai Merek (Brand as Value)	17
2.4.3. Ekuitas Merek (Brand Equity)	17
2.4.4. Dimensi Ekuitas Merek	23
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Proses Penelitian	25
3.2. Pengukuran dan Penyusunan Skala	26
3.3. Pengumpulan Data	26
3.3.1. Penentuan Sampel	27
3.3.2. Pertanyaan Kuesioner	27
3.4. Analisis Data	28
3.4.1. Analisis Arithmetic Mean	28
3.4.2. Analisis Uji Beda Dua Rata-Rata	29
3.4.3. Metode Analysis of Variance (ANOVA)	30
3.5. Pengambilan Kesimpulan	31
3.6. Gambaran Umum Perusahaan	32

3.6.1.	Gambaran Umum Perusahaan Sepeda Motor Honda	32
3.6.2.	Gambaran Umum Perusahaan Sepeda Motor Suzuki	34
3.6.3.	Gambaran Umum Perusahaan Sepeda Motor Kawasaki	34
BAB IV: ANALISIS DATA		36
4.1.	Analisa Arithmetic Mean	36
4.1.1.	Rata-Rata Ekuitas Merek Motor Honda	37
4.1.2.	Rata-Rata Ekuitas Merek Motor Suzuki	40
4.1.3.	Rata-Rata Ekuitas Merek Motor Kawasaki	44
4.2.	Analisis Uji Beda Dua Rata-Rata	47
4.2.1.	Independent Samples T-Test Untuk Sepeda Motor Merek Honda	48
4.2.2.	Independent Samples T-Test Untuk Sepeda Motor Merek Suzuki	49
4.2.3.	Independent Samples T-Test Untuk Sepeda Motor Merek Kawasaki	50
4.3.	Metode Analysis of Variance (ANOVA)	51
4.3.1.	One-Way Anova Untuk Sepeda Motor Honda	51
4.3.1.	One-Way Anova Untuk Sepeda Motor Suzuki	53
4.3.1.	One-Way Anova Untuk Sepeda Motor Kawasaki	54
4.4.	Pembahasan	55
4.4.1.	Analysis Arithmetic Mean	55
4.4.2.	Analisis Uji Beda Dua Rata-Rata	61
4.4.3.	Metode Analysis of Variance (ANOVA)	62
4.5.	Rata-Rata Ekuitas Merek dan Harga Pasar	65
BAB V: PENUTUP		66

5.1.	Kesimpulan	66
5.2	Implikasi Manajerial	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN 1 : KUESIONER

LAMPIRAN 2 : REKAPITULASI JAWABAN KUESIONER

LAMPIRAN 3 : OUTPUT SPSS INDEPENDENT SAMPLE T-TEST (HONDA)

LAMPIRAN 4: OUTPUT SPSS INDEPENDENT SAMPLE T-TEST (SUZUKI)

LAMPIRAN 5: OUTPUT SPSS INDEPENDENT SAMPLE T-TEST (KAWASAKI)

LAMPIRAN 6: OUTPUT SPSS ONE-WAY ANOVA (HONDA)

LAMPIRAN 7: OUTPUT SPSS ONE-WAY ANOVA (SUZUKI)

LAMPIRAN 8: OUTPUT SPSS ONE-WAY ANOVA (KAWASAKI)

LAMPIRAN 9: TABEL DISTRIBUSI T

LAMPIRAN 10: TABEL DISTRIBUSI F

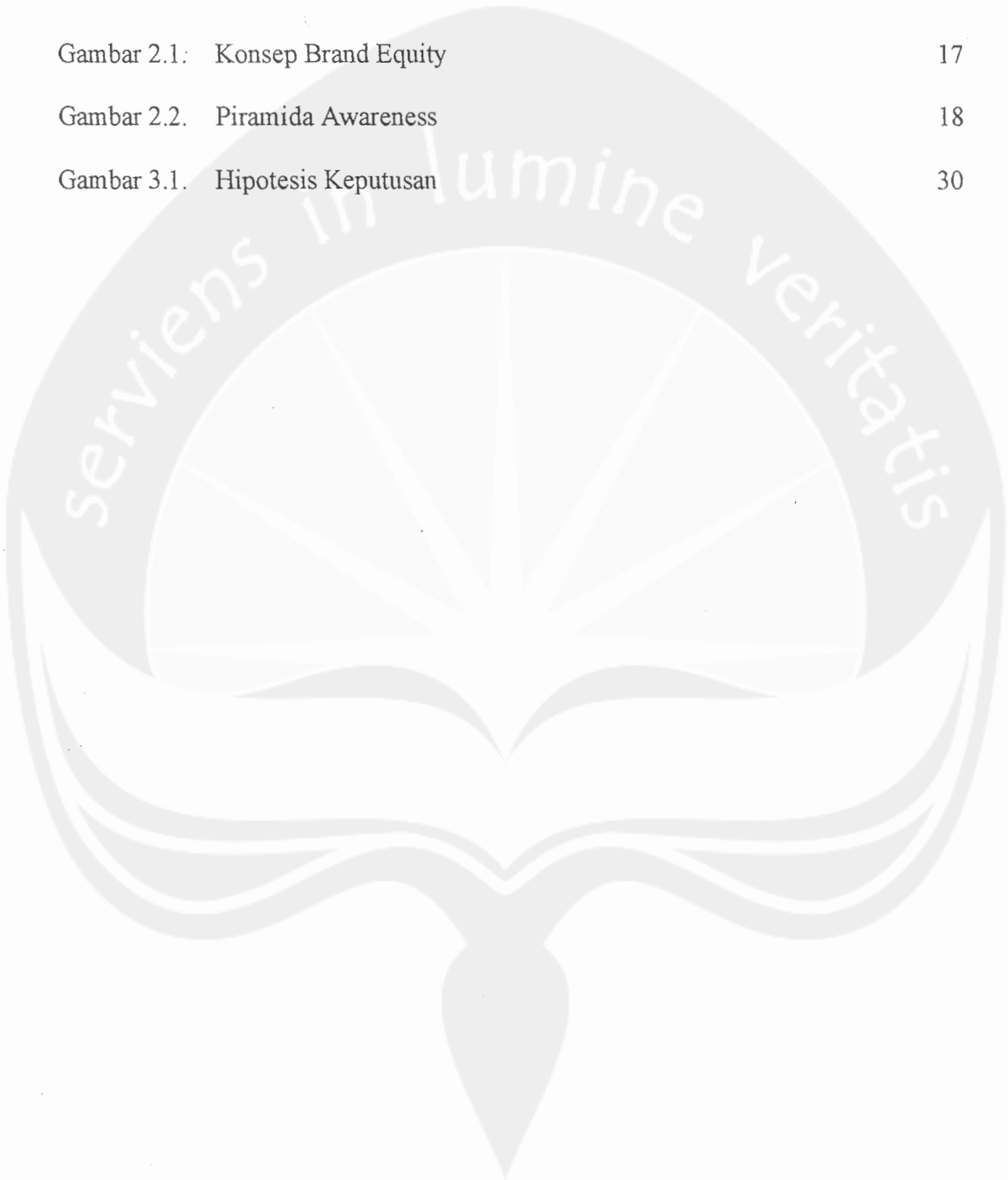
LAMPIRAN 11: DAFTAR HARGA SEPEDA MOTOR

Daftar Tabel

Tabel 4.1. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Honda menurut Dimensi Performance	37
Tabel 4.2. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Honda menurut Dimensi Social Image	37
Tabel 4.3. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Honda menurut Dimensi Value	38
Tabel 4.4. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Honda menurut Dimensi Trustworthiness	38
Tabel 4.5. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Honda menurut Dimensi Attachment	39
Tabel 4.6. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Honda secara Total	39
Tabel 4.7. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Suzuki menurut Dimensi Performance	40
Tabel 4.8. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Suzuki menurut Dimensi Social Image	41
Tabel 4.9. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Suzuki menurut Dimensi Value	41
Tabel 4.10. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Suzuki menurut Dimensi Trustworthiness	42
Tabel 4.11. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Suzuki menurut Dimensi Attachment	42
Tabel 4.12. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Suzuki secara Total	43
Tabel 4.13. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Kawasaki menurut Dimensi Performance	44
Tabel 4.14. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Kawasaki menurut Dimensi Social Image	44
Tabel 4.15. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Kawasaki menurut Dimensi Value	45
Tabel 4.16. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Kawasaki menurut Dimensi Trustworthiness	45
Tabel 4.17. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Kawasaki menurut Dimensi Attachment	46
Tabel 4.18. Rata-rata Ekuitas Merek Motor Kawasaki secara Total	46
Tabel 4.19. Ekuitas Merek Motor Honda, Suzuki dan Kawasaki secara Total	47
Tabel 4.20. Tabel Ekuitas Ketiga Merek Sepeda Motor	56
Tabel 4.21. Rata-rata Ekuitas Merek dan Harga Pasar	65

Daftar Gambar

Gambar 2.1:	Konsep Brand Equity	17
Gambar 2.2.	Piramida Awareness	18
Gambar 3.1.	Hipotesis Keputusan	30



ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP EKUITAS

MEREK HONDA, SUZUKI DAN KAWASAKI

Studi Pada: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta

Disusun Oleh:

Yulius Leonard

NPM. 98 03 10723

Pembimbing Utama

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis. (1) Rata-rata Brand Equity dari ketiga merek motor yang diteliti, (2) ada tidaknya perbedaan persepsi pada karakteristik responden yang berbeda, dan (3) menguji bahwa dengan nilai brand equity yang tinggi maka harga premium juga tinggi. Metode penelitian yang digunakan dalam riset ini adalah: (1) telaah/kajian literature, (2) survey lapangan dan wawancara (3) serta analisis mean, uji dua beda rata-rata dan anova.

Ada tiga temuan utama yang diperoleh dari penelitian ini. Pertama, sepeda motor merek Honda mendapat nilai rata-rata yang tertinggi, kemudian Suzuki dan yang mendapat nilai rata-rata terendah adalah Kawasaki. Kedua, tidak ditemukanya perbedaan persepsi pada karakteristik responden yang berbeda. Terakhir, nilai brand equity yang tinggi memungkinkan perusahaan menetapkan harga premium yang tinggi

Kata Kunci: Brand Equity, analisis mean, uji beda dua-rata-rata, ANOVA