

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *BRAND*

***ASOSIASI* TELEVISI SONY**

(Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Semarang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Ign. Rony Hermawan M.

NPM : 92 03 06331

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

MEL, 2006

SKRIPSI

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *BRAND*
ASOSIASI TELEVISI SONY
(Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Semarang)**

Disusun Oleh :

Ign. Rony Hermawan M.

NPM : 92 03 06331

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing


P. Didit Krisnadewara, Drs., MM.

Tanggal, *20/7* - 2006

SKRIPSI
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *BRAND*
***ASOSIASI* TELEVISI SONY**

(Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Semarang)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Ign. Rony Hermawan M.

NPM : 92 03 06331

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 14 Oktober 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

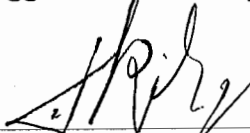
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

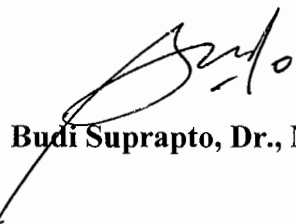


P. Didit Krisnadewara, Drs., MM

Anggota Panitia Penguji



Ign. Sukirno, Drs., MS

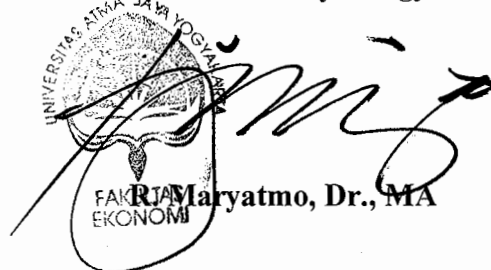


Budi Suprpto, Dr., MBA

Yogyakarta, 14 Oktober 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


R. Maryatmo, Dr., MA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat tersusun dengan baik dan selesai tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak R. Maryatmo, Dr., MA. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak P. Didit Krisnadewara, Drs., MM, sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
3. Bapak Ign. Sukirno, Drs., MS sebagai Dosen Penguji I
4. Bapak Budi Suprpto, Dr., MBA sebagai sebagai Dosen Penguji II
5. Mamah, Papah (Alm.), Kokoh, dan Cie2 yang membantu segala keperluanku dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Teman – temanku semua yang memberi aku saran – saran dalam menyusun Tugas Akhir ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah membantu dalam Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari Tugas Akhir ini masih banyak kekurangannya baik dari segi penulisan, tata bahasa, maupun pembahasannya dan juga kekurangan yang lainnya.

Untuk itu penulis mohon maaf atas kekeliruannya, dan penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk penambahan pengetahuan penulis. Semoga laporan ini dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, Oktober 2006

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Kerangka Pemikiran.....	8
1.7. Metode Penelitian	10
1.7.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	10
1.7.2. Populasi dan Sampel.....	10
1.7.3. Metode Pengumpulan Data.....	11
1.7.4. Metode Pengukuran Data.....	11
1.8. Metode Analisis Data	12
1.8.1. Analisis Persentase	12
1.8.2. Analisis Cochran	12
1.9. Sistematika Penulisan.....	14
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1. Merek (Brand)	16
2.1.1. Pengertian Merek (Brand).....	16
2.1.2. Nilai Merek (Brand As Value).....	17
2.2. Ekuitas Merek (Brand Equity).....	18

2.2.1. Pengertian Brand Equity	18
2.2.3. Asosiasi Merek (Brand Association)	29
2.2.3.1. Fungsi Brand Association	29
2.2.3.2. Acuan Brand Association	31

BAB 3 ANALISIS DATA

3.1. Penjelasan Penelitian	34
3.2. Analisis Data	34
3.2.1. Analisis Persentase Karakteristik Demografi Responden	34
3.2.2. Analisis Brand Asosiasi Televisi Merek Sony	37

BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan	42
4.2. Saran	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN