

**ANALISIS ELEMEN – ELEMEN EKUITAS MEREK PADA
PRODUK TEH BOTOL SOSRO (STUDI KASUS SISWA/I SMP
NEGERI 12 JAKARTA)**

ADHITYA FIKRI KURNIAWAN

1702517006



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan
Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

**ANALYSIS OF BRAND EQUITY ELEMENTS ON THE PRODUCT
TEH BOTOL SOSRO (CASE STUDY OF STUDENTS IN 12 JUNIOR
HIGH SCHOOLS JAKARTA)**

ADHITYA FIKRI KURNIAWAN

1702517006

This scientific work was written to fulfill one of the requirements to get an Associate Degree at the Faculty of Economics, Jakarta State University

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

ABSTRAK

Adhitya Fikri Kurniawan, 2020; Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Pada Teh Botol Sosro (Studi Kasus Siswa SMP Negeri 12 Jakarta). Karya Ilmiah, Jakarta: Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing: Dra. Basrah Saidani, M.Si.

Karya Ilmiah ini bertujuan untuk menganalisis tiap elemen ekuitas merek dari teh botol sosro, penelitian ini dilakukan kepada siswa aktif di SMP Negeri 12 Jakarta. Untuk pengumpulan data konsumen yang menyukai minuman merek teh botol sosro dengan menggunakan kuesioner (angket) yang disebar melalui online untuk mengukur 25 indikator. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Statistik Deskriptif, Uji Instrument dan mean dengan menggunakan SPSS Versi 20 dan Microsoft Office Excel 2016. Hasil penelitian ini menemukan bahwa minuman teh dalam kemasan memiliki keunggulan pada elemen *brand association* dengan pencapaian rata-rata 77%, Pada elemen *perceived quality* memiliki pencapaian rata-rata 75%. Pada elemen *brand awareness* memiliki pencapaian rata-rata 55%, dan pada elemen *brand loyalty* memiliki pencapaian rata-rata 44%.

Kata Kunci : ekuitas merek, kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek

ABSTRACT

Adhitya Fikri Kurniawan, 2020; Analysis of Brand Equity Elements On Product Teh Botol Sosro (A Case Study of State 12 Jakarta First High School Students). Scientific Work, Jakarta: DIII Study Program in Marketing Management, Faculty of Economics, Jakarta State University. Supervisor: Dra. Basrah Saidani, M.Si.

This scientific paper aims to analyze each element of brand equity from bottled sosro tea. This research was conducted on active students in 12 Jakarta State Junior High School. To collect data on consumers who like branded drinks teh botol sosro, using a questionnaire, distributed via online to measure 25 indicators. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis, instrument test and mean using SPSS version 20 and Microsoft Office Excel 2016. The results of this study found that packaged tea drinks have an advantage in the brand association element with an average achievement of 77%. perceived quality has an average achievement of 75%. The brand awareness element has an average achievement of 55%, and the brand loyalty element has an average achievement of 44%.

Keywords: brand equity, brand awareness, perceived quality, brand associations, brand loyalty



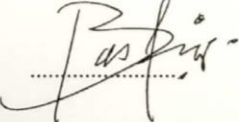
LEMBARAN PERSETUJUAN

Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

PenanggungJawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001 (Ketua Penguji)		25 Agustus 2020
2	Shandy Aditya, BIB, MBPS NIP. 198404082019031003 (Penguji Ahli)		19 Agustus 2020
3	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 (Pembimbing)		25 Agustus 2020

Nama : Adhitya Fikri Kurniawan
No. Registrasi : 1702517006
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 14 Agustus 2020

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBARAN ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Adhitya Fikri Kurniawan

NIM : 1702517006

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul **“ANALISIS ELEMEN – ELEMEN EKUITAS MEREK PADA PRODUK TEH BOTOL SOSRO (STUDI KASUS SISWA/I SMP NEGERI 12 JAKARTA)”** ini adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas Pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 27 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



Adhitya Fikri Kurniawan

PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adhitya Fikri Kurniawan
NIM : 1702517006
Fakultas/Prodi : Ekonomi/DIII Manajemen Pemasaran
Alamat email : adhityaalfikri6@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (..... Karya Ilmiah))

yang berjudul :

Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Pada Teh Botol Sosro (Studi Kasus Siswa SMP
Negeri 12 Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2020

Penulis

(Adhitya Fikri Kurniawan)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Peneliti panjatkan kepada Allah SWT. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah SAW keluarga, dan sahabatnya. Serta orangtua yang telah memberikan restu dan doanya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Analisis Elemen - Elemen Ekuitas Merek Pada Produk Teh Botol Sosro (Studi Kasus Siswa SMP Negeri 12 Jakarta)”.

Penelitian ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Selanjutnya Peneliti mengucapkan terma kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. Ibu Dra. Sholikhah. M.M. Selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Ibu Dra. Basrah Saidani, M.Si. Selaku Dosen pembimbing Karya Ilmiah.
4. Teman-teman Fakultas Ekonomi Program Studi DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2017.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, peneliti menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga peneliti mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, Agustus 2020

Adhitya Fikri Kurniawan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBARAN PERSETUJUAN	iii
LEMBARAN ORISINALITAS	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORETIS DAN METODOLOGI PENELITIAN	6
A. Kajian Teoritis.....	6
1. Ekuitas Merek.....	6
2. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Kerangka Berpikir.....	8
C. Metodologi Penelitian.....	10
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	10
2. Populasi dan Sampel.....	10
3. Operasional Variabel Penelitian.....	12
4. Metode Analisis.....	13
BAB III PEMBAHASAN	17
A. Deskripsi Kasus.....	17
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	37
A. Kesimpulan.....	37
B. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
Tabel I.1	Perusahaan yang memproduksi minuman teh dalam kemasan tahun 2019	2
Tabel I.2	<i>Top Brand</i> Teh Dalam Kemasan Siap Minum	3
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	7
Tabel II.2	Operasional Variabel	12
Tabel II.3	Kategori skala likert	13
Tabel III.1	Hasil Uji validitas	18
Tabel III.2	Hasil Uji Relibilitas	20
Tabel III.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia Responden	21
Tabel III.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	22
Tabel III.5	Hasil Analisis <i>Brand Awariness</i>	23
Tabel III.6	Hasil Analisis <i>Perceived Quality</i>	28
Tabel III.7	Hasil Analisis <i>Brand Asociation</i>	30
Tabel III.8	Hasil Analisis <i>Brand Loyalty</i>	33

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar II.1	Kerangka Berpikir	9
Gambar III.1	Diagram Menyukai Minuman Teh dalam Kemasan	21
Gambar III.2	Diagram Usia Responden	22
Gambar III.3	Diagram Jenis Kelamin Responden	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Permohonan Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Pertanyaan Screening
Lampiran 3	Identitas Responden
Lampiran 4	Kuesioner
Lampiran 5	Data Mentah Hasil Responden tiap variabel
Lampiran 6	Hasil Hitungan SPSS

