

**PENGARUH MERK BERBAHASA ASING TERHADAP PERSEPSI
KUALITAS PADA PRODUK KOPI INSTAN GOOD DAY**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

Nama : Ageung Yeviyana Shandi

NIM : 43109010178



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2013

**PENGARUH MERK BERBAHASA ASING TERHADAP PERSEPSI
KUALITAS PADA PRODUK KOPI INSTAN GOOD DAY**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Ageung Yeviyana Shandi

NIM : 43109010178



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ageung Yeviyana Shandi

NIM : 43109010178

Program Studi : Manajemen (S-1)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUNDA

Jakarta, 1 Agustus 2013



(Ageung Yeviyana Shandi)
NIM: 43109010178

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ageung Yeviyana Shandi
NIM : 43109010178
Program studi : Manajemen (S-1)
Judul Skripsi : Pengaruh Merk Berbahasa Asing Terhadap Persepsi Kualitas Pada
Produk Kopi Instan Good Day
Tanggal Ujian Skripsi : 26 Agustus 2013

Disahkan oleh,

Pembimbing,



Dra. Yuli Harwani, MM

Tanggal : 6/9 2013

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan,



Dr. Wiwik Utami, Ak., CA

Tanggal : 6/9 2013

Ketua Program Studi Manajemen,



Dr. Rina Astini, SE, M.Si

Tanggal : 6/9 2013

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

PENGARUH MERK BERBAHASA ASING TERHADAP PERSEPSI KUALITAS PADA

PRODUK KOPI INSTAN GOOD DAY

(STUDI KASUS PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MERCU

BUANA)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Ageung Yeviyana Shandi

43109010178

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 Agustus 2013

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

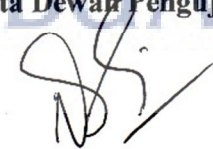
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



(Dra. Yuli Harwani, MM)

Anggota Dewan Penguji



(Daru Asih, SE. M.Si)

Anggota Dewan Penguji



(Dra. Aty Herawati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Merk Berbahasa Asing Terhadap Persepsi Kualitas Pada Produk Kopi Instan Good Day”**. Skripsi ini disusun untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Untaian terima kasih yang dalam penulis tujukan kepada :

1. Bapak **Dr. Arisetyanto Nugroho, MM** selaku Rektor Universitas Mercu Buana sekaligus Dosen Pengantar Akademik saya, terima kasih atas waktu, pemikiran dan nasehat yang telah bapak berikan kepada saya.
2. Ibu **Dra. Yuli Harwani, MM** selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatian untuk memerikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu **Dr. Wiwik Utami, Ak., CA** selaku Ketua Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu **Dr. Rina Astini, SE., MM** selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, ibu **Luna Haningsih, SE., ME** dan ibu **Hesti Maheswari, SE., M.Si** selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen. Terima kasih atas perhatian, kesempatan dan nasehat yang telah Ibu berikan.
5. Keluarga yang saya cintai terutama Ayahanda **Arpiah** dan Ibunda **Sorayani** yang selalu memberikan doa, kasih sayang, nasehat demi keberhasilan penulis. Dan untuk semua Adik-

adik tercinta : **Langgeng Teguh pamungkas, Revi Haris Machreza, dan Moch Agil Hujazi** terimakasih atas segala dukungan selama ini.

6. **Daru Asih, SE. M.Si** dan **Dra. Aty Herawati, M.Si** selaku dosen penguji saat sidang, terimakasih telah berkenan hadir dalam sidang penulis.
7. Seluruh jajaran Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
8. Sahabat-sahabat tersayang: **Milik Rahayu, Oky Rizka Yelwanda, Ismayani, Ike Prabawati, Vivi Sulistyawati, Indah Triani, Nurasih, Yeni Farida, Rahman Dwi Cipta Putra dan Indra Hermawan Hamid.** Terima kasih atas ketulusan dan kasih sayang kalian selama ini. Kalian tidak akan tergantikan dan akan selalu menjadi sahabat terbaik.
9. Seluruh teman – teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2009 atas kebersamaan yang menyenangkan selama masa kuliah.
10. Para responden yang telah meluangkan waktunya demi kelancaran penelitian ini. Dan Kepada pihak-pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu .

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya. Terima kasih.

Jakarta, 26 Agustus 2013

Penulis,

Ageung Yeviyana Shandi

NIM 43109010178

DAFTAR ISI

HALAMANSAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemarkaran	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran	5
2.1.2 Manajemen Pemasaran	5

2.2	Merk, Fungsi Merk & Manfaat Merk	6
2.2.1	Pengertian Merk (Brand)	6
2.2.2	Fungsi Merk	7
2.2.3	Manfaat Merk	7
2.3	Citra Merk Dan Ekuitas Merk	8
2.3.1	Citra Merk (Brand Image)	8
2.3.2	Ekuitas Merk (Brand Equity)	8
2.3.3	Teori Pemberian Nama Merk Berbahasa Asing	9
2.4	Persepsi	9
2.4.1	Proses Persepsi	10
2.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi	12
2.5	Persepsi Kualitas	13
2.5.1	Hubungan Antara Persepsi & Ekuitas Merk	16
2.6	Penelitian Terdahulu	18

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1	Gambaran Umum Perusahaan	20
3.1.1	Sejarah Perusahaan	20
3.2	Obyek Penelitian	21
3.3	Desain Penelitian	22
3.4	Variabel Penelitian, Definisi Operasional &- Skala Pengukuran Variabel	22
3.4.1	Variabel Penelitian.....	22

3.4.2	Definisi Operasional Variabel	23
3.4.3	Skala Pengukuran Variabel	24
3.5	Jenis Data	25
3.5.1	Data Primer	25
3.5.2	Data Sekunder	25
3.6	Populasi, Sampel Penelitian & Teknik Sampling	26
3.7	Metode Analisi Data	27
3.7.1	Uji Validitas	27
3.7.2	Uji Reliabilitas	28
3.8	Uji Normalitas	28
3.9	Analisis Statistik Regresi Linier Sederhana	28
3.10	Uji T-test	29

BAB IV ANALISIS HASIL PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	30
4.2	Uji Validitas.....	33
4.3	Uji Reliabilitas	35
4.4	Analisis Pembahasan Variabel Merk Berbahasa Asing	35
4.5	Analisis Pembahasan Variabel Persepsi Kualitas	42
4.6	Uji Normalitas	50
4.7	Uji T-test	52
4.8	Model Summary.....	52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 54

5.2 Saran..... 55

DAFTAR PUSTAKA 56

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 : Operasional Variabel X	23
Tabel 3.2 : Operasional Variabel Y	24
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden (Jenis Kelamin).....	30
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden (Usia).....	31
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden (Jurusan).....	31
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden (Uang Saku)	32
Tabel 4.5 : Hasil Uji Validitas (Merk berbahasa Asing)	33
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas (Persepsi Kualitas)	33
Tabel 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas (Merk Berbahasa Asing).....	34
Tabel 4.8 : Hasil Uji Reliabilitas (Persepsi Kualitas).....	35
Tabel 4.9 : Penilaian Responden Terhadap Merk Berbahasa Asing	35
(Merk Good Day Salah Satu Merk Kopi Three In One Yang Ada Dipasar)	
Tabel 4.10 : Penilaian Responden Terhadap Merk Berbahasa Asing	36
(Merk Good Day Merupakan Merk Yang Populer)	
Tabel 4.11 : Penilaian Responden Terhadap Merk Berbahasa Asing	37
(Merk Kopi Instan Good Day Mudah Diingat)	
Tabel 4.12 : Penilaian Responden Terhadap Merk Berbahasa Asing	38
(Merk kopi Instan Good Day Mudah Diucapkan)	

Tabel 4.13	: Penilaian Responden Terhadap Merk Berbahasa Asing (Merk Kopi Instan Good Day Singkat, Berbeda, Dan Unik)	38
Tabel 4.14	: Penilaian Responden Terhadap Merk Berbahasa Asing (Harga Merk Kopi Instan Good Day Sesuai Dengan Kualitasnya)	38
Tabel 4.15	: Penilaian Responden Terhadap Merk Berbahasa Asing (Merk Kopi Instan Sesuai Dengan Kepribadian)	39
Tabel 4.16	: Penilaian Responden Terhadap Merk Berbahasa Asing (Merk Kopi Instan Good Day Memiliki Nilai Prestise Yang Tinggi)	40
Tabel 4.17	: Penilaian Responden Terhadap Merk Berbahasa Asing (Kebanggaan Mengonsumsi Merk Kopi Instan Good Day)	40
Tabel 4.18	: Rekapitulasi (Analisis Merk Berbahasa Asing Pada Produk Kopi Instan Good Day)	41
Tabel 4.19	: Penilaian Responden Terhadap Persepsi Kualitas (Mengenai Aroma Kopi Instan Good Day sangat - Khas Dan Mudah Dikenali)	42
Tabel 4.20	: Penilaian Responden Terhadap Persepsi Kualitas Mengenai Kopi Instan Good Day Memiliki Rasa- Yang Berbeda Dibanding Produk Merk Lain Yang Sejenis	43
Tabel 4.21	: Penilaian Responden Terhadap Persepsi Kualitas (Kopi Instan Good Day Memberikan Banyak Varian Rasa)	44
Tabel 4.22	: Penilaian Responden Terhadap Persepsi Kualitas	44

Merk Kopi Instan Good Day Memiliki Arti Yang-
Menarik Perhatian

Tabel 4.23	: Penilaian Responden Terhadap Persepsi Kualitas	45
	(Bentuk Dan Kemasan Kopi Instan Good Day Mudah Dikenali)	
Tabel 4.24	:Penilaian Responden Terhadap Persepsi Kualita)	46
	(Kopi Instan Good Day Mengurangi Rasa Kantuk)	
Tabel 4.25	: Penilaian Responden Terhadap Persepsi Kualitas	46
	(Kopi Instan Good Day Membangkitkan Semangat Dan Mood)	
Tabel 4.26	: Penilaian Responden Terhadap Persepsi Kualitas	47
	(Varian Rasa Produk Kopi Instan Good Day Mewakili - Kepribadian Responden)	
Tabel 4.27	: Penilaian Responden Terhadap Persepsi Kualitas	48
	(Gerai-gerai Kopi Instan Good Day Memberikan- Pelayanan Yang Baik)	
Tabel 4.28	: Penilaian Responden Terhadap Persepsi Kualitas	48
	(Produk Merk Kopi Instan Good Day mudah Ditemukan)	
Tabel 4.29	: (Rekapitulasi Analisis Persepsi Kualitas Pada Kopi Instan Good Day)	49
Tabel 4.30	: Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.31	: Hasil Uji T.....	52
Tabel 4.32	: Model Summary	53

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Proses Persepsi	11
----------------------------------	----

