

**ANALISA PERBANDINGAN CITRA MEREK KEJU KRAFT DAN
ANCHOR DALAM PERSEPSI KONSUMEN**

SKRIPSI

N a m a : KISWANTARI KRISTINA

NIM : 43109110110



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2012

**ANALISA PERBANDINGAN CITRA MEREK KEJU KRAFT DAN
ANCHOR DALAM PERSEPSI KONSUMEN**

SKRIPSI

N a m a : KISWANTARI KRISTINA

NIM : 43109110110



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2012

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : **Kiswantari Kristina**
NIM : 43109110110
Program Studi : Ekonomi Manajemen Strata- 1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya 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.

Jakarta, 10 Desember 2011



Kiswantari Kristina
NIM : 43109110110

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Kiswantari Kristina
NIM : 43109110110
Program Studi : Ekonomi Manajemen Strata- 1
Judul : “ **Analisa Perbandingan Citra Merek Keju KRAFT
Dan ANCHOR Dalam Persepsi Konsumen** “
Tanggal Uji Skripsi : 28 Februari 2012

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

(Drs. Wawan Purwanto, S.E., M.M)

Tanggal :

Dekan,

(Dr. Wiwik Utami, A.K., M,S)

Tanggal :

Ketua Program Studi Manajemen S-1

(Arief Bowo Prayoga K.,S.E.,M.M)

Tanggal : 27/3/2012

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Analisa Perbandingan Citra Merek Keju Kraft Dan Anchor

Dalam Persepsi Konsumen

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

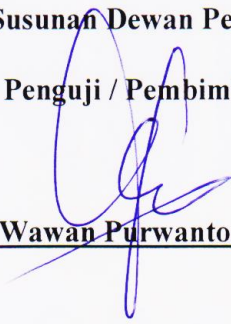
Kiswantari Kristina

43109110110

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 28 Februari 2012

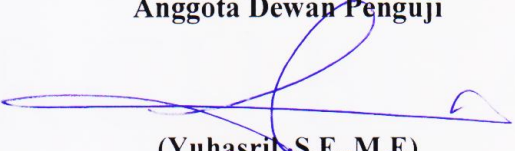
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi



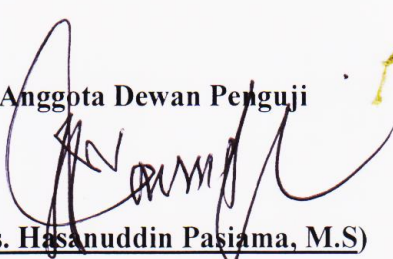
(Drs. Wawan Purwanto, S.E., M.M)

Anggota Dewan Penguji



(Yuhartil, S.E., M.E)

Anggota Dewan Penguji



(Drs. Hasanuddin Pasiama, M.S)

KATA PENGANTAR

Segala hormat dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan dan kuruniaNya yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir ini dengan judul **“Analisa Perbandingan Citra Merek Keju KRAFT dan ANCHOR Dalam Persepsi Konsumen “** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam menyusun Karya Tulis ini banyak pihak yang membantu memberikan bimbingan, saran dan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh karena hal tersebut penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak H. Probosutedjo, selaku ketua Yayasan Menara Bhakti Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., selaku Rektor Universitas Meru Buana, Jakarta
3. Ibu Dr. Wiwik Utama, AK., MS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Bapak Arief Bowo Prayoga K, SE.,MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen S1 Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Bapak Drs. Wawan Purwanto, SE., MM, selaku dosen pembimbing

6. yang telah memberikan saran, kritik, serta dukungan yang sangat berguna.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis, yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama penulis mengikuti pendidikan di Universitas Mercu Buana, Jakarta.
8. Kedua orang tuaku tercinta, terima kasih atas doa, perhatian dan semangat yang selalu diberikan selama aku kuliah sampai lulus.
9. Adik-adikku serta keponakan-keponakanku tercinta terima kasih atas dukungan dan semangatnya.
10. Semua teman-temanku dan semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya skripsi ini.

Skripsi ini tentu saja masih jauh dari sempurna sehingga penulis dengan senang hati dan dengan sangat terbuka untuk menerima segala kritik dan saran demi perbaikan kedepannya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 10 Desember 2011

Penulis

(Kiswantari Kristina)

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Definisi Pemasaran	8

	2.1.1 Bauran Pemasaran	11
2.2	Pengertian Produk	19
	2.2.1 Klasifikasi Produk	19
2.3	Merek	23
	2.3.1 Pengertian Merek	23
	2.3.2 Fungsi Merek	24
	2.3.3 Mutu Merek	25
	2.3.4 Manfaat Merek	26
	2.3.5 Citra Merek	27
	2.3.6 Ekuitas Merek	28
2.4	Perilaku Konsumen	30
BAB III	METODELOGI PENELITIAN	32
3.1	Desain Penelitian	32
3.2	Hipotesis	32
3.3	Variabel dan Skala Pengukuran	32
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
	3.4.1 Penelitian Kepustakaan	36
	3.4.2 Penelitian Lapangan	36
3.5	Jenis Data	36
3.6	Populasi dan Sample	36

3.7	Metode Analisis Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Data Penelitian	41
4.1.1	Data Karakteristik Responden	41
4.2	Analisis Pernyataan Citra Merek Keju Antara Produk Keju Kraft dan Keju Anchor	44
4.3	Analisis Kuantitatif	56
4.3.1	Uji Validasi dan Reabilitas Citra Merek	56
4.3.2	Analisa Uji Statistic	58
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 3.1 Operasional Variabel Citra Merek	34
Tabel 3.2 Skala Likert	35
Tabel 3.3 Analisa Uji Statistik	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5 Ketika Anda Mendengar Merek Keju akan Langung Ingat Dengan Merek Keju	45
Tabel 4.6 Merek Keju Ini Sudah Dikenal Di Masyarakat	45
Tabel 4.7 Konsumsi Keju Secara Rutin Akan Membantu Asupan Protein Serta Kalsium Yang Tinggi Yang Diperlukan Oleh Tubuh	46
Tabel 4.8 Mengonsumsi Keju Aman & Merupakan Bagian Dari Gaya Hidup Sehat	47
Tabel 4.9 Keju Merupakan Makanan Bergizi, Tinggi Kadar Protein Dan Mineral Sehingga Dapat Memenuhi Kebutuhan Gizi	47
Tabel 4.10 Customer Tidak Mengalami Kesulitan Dalam Membayangkan Merek Keju Tersebut Dibandingkan Produk Keju Lainnya	48

Tabel 4.11	Kualitas Keju Sudah Sesuai Dengan Harapan Anda	49
Tabel 4.12	Keju Memiliki Kualitas Yang Unggul Dibandingkan Merek Lain	49
Tabel 4.13	Untuk Mendapatkan Atau Membeli Keju Ini Sangatlah Mudah ...	50
Tabel 4.14	Harga Keju Ini Terjangkau	51
Tabel 4.15	Anda Berniat Untuk Melanjutkan Pembelian Produk Keju Ini Kepada Orang Lain	51
Tabel 4.16	Anda Akan Menceritakan Kelebihan Produk Keju Ini Kepada Orang Lain	52
Tabel 4.17	Anda Akan Memberikan Informasi Mengenai Keju Ini Kepada Orang Lain	53
Tabel 4.18	Keju Ini Banyak Tersedia Dipasar Swalayan Maupun Bakery Supplier Yang Tersebar Diseluruh Indonesia	53
Tabel 4.19	Perusahaan Keju Secara Konsisten Bekerjasama Dengan Perusahaan Bakery Untuk Terus Berkembang Terus	54
Tabel 4.20	Hasil Presentasi Responden Terhadap Keju Kraft dan Anchor	55
Tabel 4.21	Rangkuman Uji Validasi dan Reliabilitas Variabel Citra Merek ...	57
Tabel 4.22	Data Sangat Setuju	58
Tabel 4.23	Data Setuju	59