

ANALISIS CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) SABUN DETERGEN SURF (Studi Kasus : Ibu Rumah Tangga di Carefour Cempaka Putih)

Miladia Zalazilosahzi - 0700718922
Fitri Yunita - 0700723393

ABSTRAK

Persaingan dalam produk sabun detergen yang sangat kompetitif dewasa ini seakan – akan menuntut para pelakunya untuk meningkatkan daya saing agar memperoleh pangsa pasar yang besar. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan memiliki citra merek (*brand image*) yang kuat, kualitas yang ada dalam sabun detergen sangat cepat ditiru oleh pesaing. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut produk yang membentuk *brand image* sabun detergen Surf menurut konsumen, mengidentifikasi atribut produk yang membentuk *brand image* sabun detergen Surf menurut perusahaan (PT.Unilever Indonesia), menganalisis perbandingan atribut produk sabun detergen Surf menurut konsumen dengan pesaing.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah deskriptif, dimana penelitian ini menguraikan persepsi ibu rumah tangga di Carefour Cempaka Putih Jakarta terhadap citra merek sabun detergen Surf. Alat analisis yang digunakan adalah analisis faktor dan sarang laba-laba. Data diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada 138 responden (ibu rumah tangga) di Carefour Cempaka Putih. Setelah itu data ditabulasikan secara komputerisasi dengan menggunakan Microsoft Exel dan diolah data secara manual dan komputerisasi dengan menggunakan SPSS 12.0.

Dari hasil penelitian menurut konsumen, citra merek (*brand image*) sabun detergen Surf dilihat dari 8 atribut produk yang telah terbentuk, rata-rata skor setiap faktor yaitu kepadatan lebih baik dibanding detergen lain (2,9), wangi lebih baik dibanding detergen lain (3,5), waktu wangi lebih lama dibanding detergen lain (3,4), butiran biru membuat cucian cepat bersih dengan noda membandel (3,5), *whitening crystals* pakaian lebih putih dan cemerlang (3,6), kemasan memiliki warna yang menarik (3,5), kemasan memiliki bentuk yang menarik (3,3), kemasan memiliki gambar yang menarik (3,1), belum tercapai sesuai yang diinginkan perusahaan. Hanya pada faktor kemasan bentuk dan Kemasan gambar sabun detergen Surf memperoleh persepsi konsumen melebihi dari yang diharapkan perusahaan. Saran yang bisa diajukan antara lain adalah peningkatan kualitas produk agar lebih bermutu, kreatif dan inovatif.

Kata Kunci:

Citra Merek (Brand Image), Atribut Produk.

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga pada akhirnya kami dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Citra Merek (*Brand Image*) Sabun Detergen Surf (Studi Kasus : Ibu Rumah Tangga di Carefour Cempaka Putih)".

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen jenjang studi Strata-1 pada Universitas Bina Nusantara.

Kami menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Gerardus Polla, M. APP. Sc., sebagai Rektor Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak E.A. Kuncoro, SE., MM., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Idris Gautama So, SE,S.Kom.,MM., MBA,CBC., sebagai Ketua Jurusan Manajemen.
4. Ibu Dyah Budiastuti., Ir., MM., sebagai dosen pembimbing yang telah banyak memberikan waktu, bimbingan, petunjuk, dan sarannya serta koreksi selama penyusunan skripsi ini dengan sabar, penuh perhatian dan baik hati.
5. Miladia Zalazilosahzi:Mama, Papa, Awin tercinta yang telah memberikan dukungan dan semangat baik materil dan non-materiil. Serta keluarga dan saudara lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Fitri Yunita:Mama, Papa (Almarhum), Dedie, Dika yang telah memberikan dukungan dan semangat baik materil dan non-materiil. Serta keluarga dan saudara lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
6. Ibu Jenny Megawathy, selaku Customer Care Department PT.Unilever Indonesia yang telah meluangkan waktunya memberikan bantuan berupa data, informasi yang diperlukan dan kesempatan untuk melakukan penelitian ini.
7. Miladia Zalazilosahzi:Teman – teman yang telah memberikan semangat, dukungan dan doa, diantaranya, dari FE Manajemen 2003, Eka, Dana, Rani, Wanda, Ajeng, dan teman – teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Fitri Yunita:Teman – teman yang telah memberikan semangat, dukungan dan doa, diantaranya, dari FE Manajemen 2003, Eka, Dana, MF Fitnes Center, dan teman – teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu memberikan Rahmat dan Karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini. Kami menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh sebab itu kami menerima saran dan kritik untuk kemajuan penelitian selanjutnya.

Jakarta, 31 Juli 2007

Penyusun,

Penyusun,

Miladia Zalazilosahzi

Fitri Yunita

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
Bab 1 . PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Peneltian	5
Bab 2 . LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Merek	7
2.1.2 Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	10
2.1.3 Peranan dan Manfaat Merek	10
2.1.4 Fungsi Merek Bagi Konsumen	12
2.1.5 Atribut Produk	13
2.1.6 Analisis Faktor	16
2.2 Kerangka Pemikiran	22
Bab 3 . METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	24
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	28
3.6 Teknik Pengolahan Sampel	28
3.7 Metode Analisis	29
Bab 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan	31

4.2 Profil Responden	37
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.3.1 Analisis Validitas dan Reliabilitas Sabun Detergen Surf Menurut Konsumen	38
4.4 Identifikasi Atribut Produk yang Membentuk <i>Brand Image</i> Sabun Detergen Surf Menurut Konsumen	40
4.5 Identifikasi Atribut Produk yang Membentuk <i>Brand Image</i> Sabun Detergen Surf Menurut Perusahaan	52
4.6 Menganalisis Perbandingan Atribut Produk Sabun Detergen Surf Menurut Konsumen dengan Perusahaan	54
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	57
Bab 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	61
Daftar Pustaka	ix
Riwayat Hidup	x
Lampiran	

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Desain Penelitian	18
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian	19
Tabel 3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian	22
Tabel 3.4	Metode Analisis	23
Tabel 4.1	<i>Case Processing Summary</i> Surf	31
Tabel 4.2	<i>Correlations</i> Surf	32
Tabel 4.3	<i>Reliability Statistics</i> Surf	33
Tabel 4.4	KMO and <i>Batlett's Test</i> Surf Menurut Konsumen 1	35
Tabel 4.5	<i>Anti Image Matrics</i> Surf Menurut Konsumen 1	36
Tabel 4.6	KMO and <i>Batlett's Test</i> Surf Menurut Konsumen 2	37
Tabel 4.7	<i>Anti Image Matrics</i> Surf Menurut Konsumen 2	38
Tabel 4.8	KMO and <i>Batlett's Test</i> Surf Menurut Konsumen 3	39
Tabel 4.9	<i>Anti Image Matrics</i> Surf Menurut Konsumen 3	40
Tabel 4.10	KMO and <i>Batlett's Test</i> Surf Menurut Konsumen 4	41
Tabel 4.11	<i>Anti Image Matrics</i> Surf Menurut Konsumen 4	42
Tabel 4.12	KMO and <i>Batlett's Test</i> Surf Menurut Konsumen 5	43
Tabel 4.13	<i>Anti Image Matrics</i> Surf Menurut Konsumen 5	44
Tabel 4.14	<i>Communalities</i> Surf	45
Tabel 4.15	Persebaran Responden Berdasarkan Respons Terhadap Pertanyaan Kuisisioner	59
Tabel 4.16	Rata – Rata Skor Setiap Faktor	61
Tabel 4.17	Rata – Rata Skor Faktor Menurut Perusahaan	61

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	28
Gambar 4.2	Profil Responden	30
Gambar 4.3	Sarang Laba - Laba	62

DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul Tabel
LAMPIRAN L - 1	KUISIONER
LAMPIRAN L – 2	KUISIONER PIHAK PERUSAHAAN
LAMPIRAN L – 3	Data Perhitungan Kuisisioner Surf Menurut Konsumen
LAMPIRAN L – 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas sabun detergen Surf menurut konsumen
LAMPIRAN L – 5	Hasil Uji Validitas Sabun Detergen Surf
LAMPIRAN L – 6	Hasil Uji Reliabilitas Sabun Detergen Surf
LAMPIRAN L – 7	Data Analisis Faktor sabun detergen Surf tahap I
LAMPIRAN L – 8	Hasil Analisis Faktor sabun detergen Surf tahap I
LAMPIRAN L – 9	Data Analisis Faktor sabun detergen Surf tahap II
LAMPIRAN L – 10	Hasil Analisis Faktor sabun detergen Surf tahap II
LAMPIRAN L – 11	Data Analisis Faktor sabun detergen Surf tahap III
LAMPIRAN L – 12	Hasil Analisis Faktor sabun detergen Surf tahap III
LAMPIRAN L – 13	Data Analisis Faktor sabun detergen Surf tahap IV
LAMPIRAN L – 14	Hasil Analisis Faktor sabun detergen Surf tahap IV
LAMPIRAN L – 15	Data Analisis Faktor sabun detergen Surf tahap V
LAMPIRAN L – 16	Hasil Analisis Faktor sabun detergen Surf tahap V
LAMPIRAN L – 17	Data Analisis Faktor sabun detergen Surf menurut Perusahaan
LAMPIRAN L – 18	Nilai Kritik Koefisien Peringkat Spearman