

**“ANALISIS ASOSIASI MEREK (*BRAND ASSOCIATION*)
PROGRAM *TALKSHOW KICK ANDY* di Metro TV”**

(studi kasus pada karyawan/karyawati di Graha Menara Hijau Jl. MT. Haryono Kav 33
Cikoko Pancoran Jakarta Selatan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu tugas Akademik dan melengkapi sebagian dan
syarat-syarat guna mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S1) Jurusan Manajemen

Disusun oleh :

AISYAH HAYUNINGTYAS

2010410076



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aisyah Hayuningtyas
Nim : 2010410076
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **“ANALISIS ASOSIASI MEREK (*BRAND ASSOCIATION*) PROGRAM *TALKSHOW KICK ANDY* DI METRO TV
(Studi kasus : di Graha Menara Hijau Kav 33
Cikoko Pancoran Jakarta Selatan)”**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dihadapan panitia penguji skripsi sarjana.

Jakarta, 3 September 2015

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

Menyetujui,

Pembimbing

(Dr. Firsan Nova, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aisyah Hayuningtyas

NIM : 2010410076

Jurusan/peminatan : Manajemen/ Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : “ **Analisis Asosiasi Merek (*Brand Association*) Program Talkshow Kick Andy di Metro TV (Studi kasus : di Graha Menara Hijau Kav 33 Cikoko Pancoran Jakarta Selatan)**”

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana pada tanggal 3 September 2015 dengan hasil B

Jakarta, 3 September 2015

Ketua Jurusan Manajemen

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

PANITIA PENGUJIAN SKRIPSI

No	Nama Penguji	Jabatan Penguji	Tanda tangan
1	Drs. Fauzi Baisyir, MM	Ketua Penguji	
2	Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM	Anggota Penguji	
3	Dr. Firsan Nova, SE, MM	Anggota Penguji	

Dekan Fakultas Ekonomi

(Sukardi, SE, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Aisyah Hayuningtyas

NIM : 2010410076

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa karya tulis dengan judul :

“ANALISIS ASOSIASI MEREK (*BRAND ASSOCIATION*) PROGRAM TALKSHOW KICK ANDY di METRO TV (Studi kasus karyawan/ti yang bekerja di Graha Menara Hijau Kav 33 Cikoko Pancoran Jakarta Selatan)

Benar-benar merupakan hasil karya ilmiah yang tertulis di bawah bimbingan Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM. Seluruh isi yang ada di dalam skripsi ini merupakan karya tulis dan menjadi tanggung jawab penulis sendiri apabila ada kesalahan dari isi dalam skripsi ini. Pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Yang menyatakan

(Aisyah Hayuningtyas)

ABSTRAK

Aisyah Hayuningtyas, NIM 201041007, Judul Penelitian : **Analisis Asosiasi Merek (*Brand Association*) Program *Talkshow Kick Andy* di Metro TV (studi kasus karyawan/ti yang bekerja di Graha Menara Hijau Jl. MT. Haryono Kav 33 Cikoko Pancoran Jakarta Selatan)** di bawah bimbingan Bapak Dr.Firsan Nova, SE, MM.

Jumlah Hal :xiv+150 : 2015

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui asosiasi merek (*brand association*) dalam membentuk citra merek (*brand image*) program *talkshow Kick Andy* pada karyawan/ti yang bekerja di Graha Menara Hijau Jl. M.T.Haryono Kav 33 Cikoko Pancoran Jakarta Selatan).

Populasi penelitian ini adalah karyawan/karyawati yang sudah pernah menyaksikan program *talkshow Kick Andy* minimal sekali dalam sebulan di mulai bulan Maret sampai dengan bulan April 2015. Dan sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan *purposive sampling* sehingga didapatkan sampel sebanyak 98 responden.

Variable asosiasi yang digunakan yaitu 10 variabel. Alat analisis yang digunakan adalah *Cochran Q Test*. *Cochran Q Test* merupakan data dengan skala pengukuran dalam bentuk terpisah dua (kotomi), yaitu jawaban “Ya” atau “Tidak” untuk mengetahui atribut apa saja yang dianggap sah (*valid*), dimana peneliti mengeluarkan *attribute-attribute* yang dinilai tidak sah berdasarkan kriteria-kriteria statistik yang dipakai. Nilai Q yang diperoleh tersebut dibandingkan dengan nilai X^2 tabel tertentu untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar asosiasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga atribut asosiasi merek (*brand association*) yang signifikan dalam membentuk citra merek (*brand image*) program *talkshow Kick Andy*, yaitu dibentuk oleh variable (X6) Menambah Pengetahuan, (X12) Andy F. Noya, (13) Memberikan model perilaku yang baik.

Kata Kunci : Asosiasi Merek, Citra Merek, Program *Talkshow Kick Andy*, *Cochran Q Test*

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, serta tidak lupa sholawat dan salam kepada Rasulullah Muhammad SAW yang mana telah memberikan sinar kehidupan melalui Al Qur'an dan Sunnahnya sebagai pedoman hidup bagi penulis.

Penulisan skripsi ini berjudul “**Analisis Asosiasi Merek (*Brand Association*) program talkshow “Kick Andy” di Metro TV** (studi kasus pada karyawan/ti di Graha Menara Hijau MT Haryono Kav 33 Cikoko Pancoran Jakarta Selatan)”, merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan program sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.

Sebagai umat manusia yang sesuai kodratnya, penulis menyadari bahwa pengetahuan, kemampuan serta kesempatan yang ada pada penulis, oleh karena itu penulis menerima setiap kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari petunjuk dan hidayah Allah SWT, serta bantuan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Sukardi, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM selaku Pembimbing sekaligus Wadek Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Terima kasih atas waktunya,

kesabarannya, arahan-arahan dan nasehat yang berguna dalam proses penyelesaian skripsi ini.

3. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Terima kasih untuk Bapak / Ibu dan Staff pengajar (Pak Agung, Ibu Dini, Pak Alfons dll) di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Terima kasih atas pemberian ilmunya, dukungannya dan bantuannya selama penulis kuliah dan dalam proses penyelesaian skripsi.
4. Terima kasih untuk staff tata usaha dan karyawan (Mbak Puji, Mas Maryadi, Mas Jumali dan Pak Hartono) serta terima kasih untuk para pegawai perpustakaan yang telah memudahkan dan memberikan bantuan dalam proses pembuatan skripsi ini.
5. Terima Kasih untuk Bapak Edison Samosir selaku Manajer Gedung yang sudah memberi ijin untuk melakukan penelitian di Gedung Perkantoran Graha Menara Hijau.
6. Terima kasih untuk kedua orang tuaku tercinta yang selalu menyayangiku, membesarkanku dan membimbingku sedari kecil, serta doa dan motivasi yang mengingatkan untuk selalu terus belajar dan berusaha sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini.
7. Terima kasih seluruh keluargaku, adikku tersayang Syaifullah Bayu Ardi, Pakde Akiyak, Tante Wulan Sari Setiawan. Atas dukungan dan doanya.
8. Terima Kasih Eko Dian Saputra selaku orang yang memberikan semangat baru kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.

9. Terima Kasih Rekan-rekan kerja di PT Barnet Nuansa Alam, khususnya Pak Ridwan, Pak Iskandar, dan Bu Rahayu yang turut membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Terima Kasih buat teman-temanku Iqbal Fuady, kaka cantik Rahma Rasyid, Enny KWS, Syahroni, Dita Anggi Wibia, Meri Wahyuni, dan teman seangkatkanku Agis Ferdita dukungannya serta motivasinya yang tidak pernah merasa lelah untuk terus mendorong penulis hingga selesainya skripsi ini dan kebersamaan kalian selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai

Akhir kata penulis memanjatkan doa dan syahadat kehadiran Allah SWT atas segala kekuatan dan kemudahan yang telah diberikan dan penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak untuk menambah ilmu, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran

Jakarta, 3 September 2015

Aisyah Hayuningtyas

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Produk	10
1. Pengertian Produk	10
2. Tingkatan Produk	11
3. Diferensiasi Produk	14
4. Klasifikasi Produk	15
B. Merek (<i>Brand</i>)	25
1. Pengertian Merek	25

2. Tingkatan Merek.....	28
3. Keputusan-keputusan pemerekan.....	29
4. Strategi Merek	32
5. Pedoman Membangun Merek.....	34
6. Tujuan Pemberian Merek.....	37
7. Manfaat Merek.....	38
C. Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	41
1. Pengertian Ekuitas Merek.....	41
2. Peran Ekuitas Merek.....	48
3. Elemen Ekuitas Merek.....	50
D. Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>).....	51
1. Pengertian Asosiasi Merek.....	51
2. Fungsi Asosiasi Merek.....	52
3. Dimensi Asosiasi Merek.....	53
E. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	56
1. Pengertian Citra Merek.....	56
2. Teknik Mempopulerkan Citra.....	58
F. Persepsi Pelanggan.....	58
G. Televisi.....	59
1. Sejarah Televisi.....	59
2. Daya Tarik Televisi.....	60
3. Program Televisi.....	61
4. Dampak acara televisi.....	62
5. Memperkenalkan Televisi di Indonesia.....	63

6. Manfaat TV untuk Meningkatkan Citra.....	65
7. <i>Talkshow</i>	67
8. Kerangka Penelitian.....	69

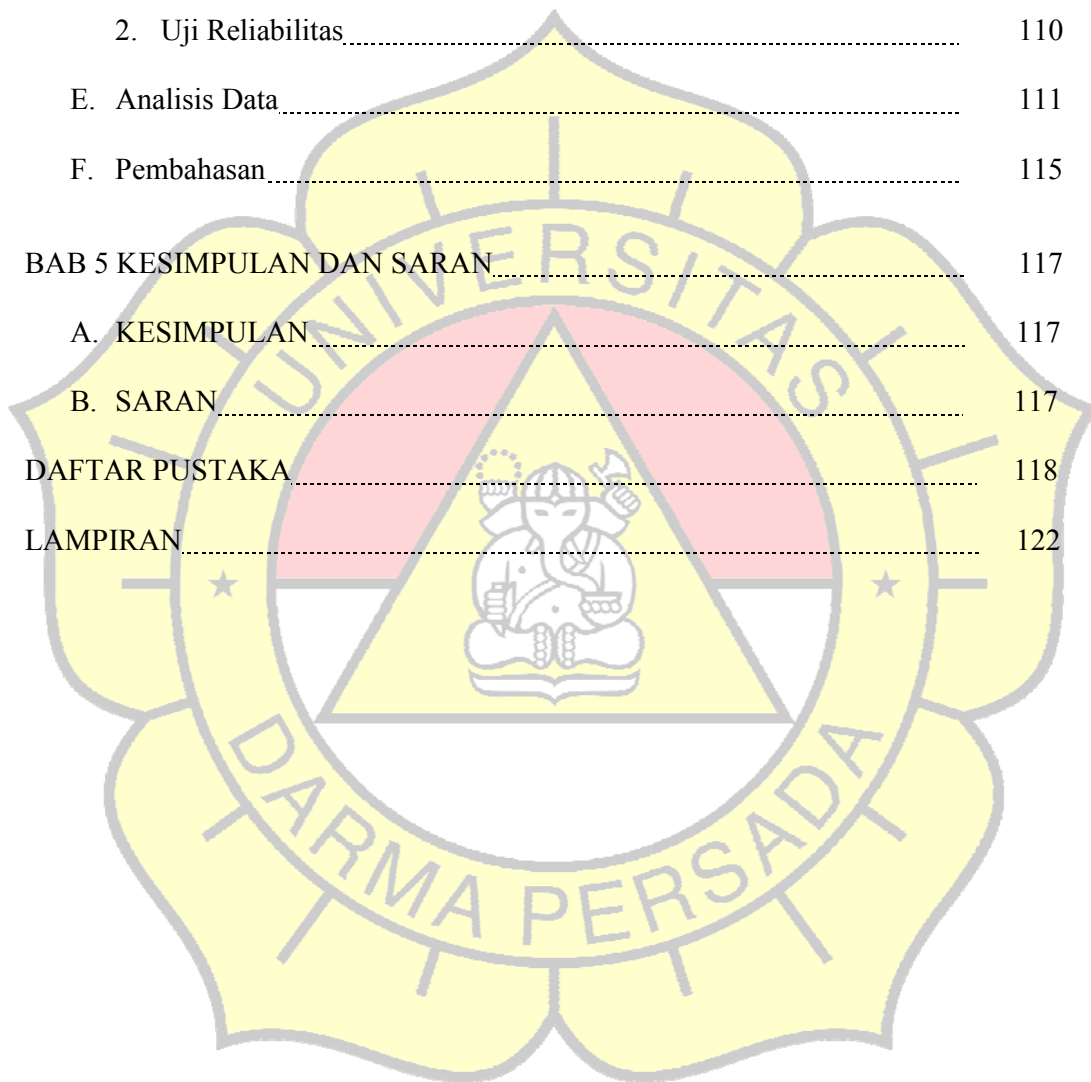
BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	72
B. Jenis Data.....	72
C. Populasi dan Sampel.....	73
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	75
E. Teknik Pengumpulan Data.....	76
F. Pengujian Instrumen Penelitian.....	76
G. Metode Pengolah data dan Analisa data.....	80
1. Metode Deskriptif.....	80
2. Metode <i>Cochran Q Test</i>	80
H. Definisi Variabel Operasional.....	83

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	85
1. Sejarah singkat dan Perkembangan Perusahaan.....	85
2. Logo & Arti Metro TV.....	87
3. Visi dan Misi Metro TV.....	90
4. Program Acara Kick Andy.....	91
5. PT Graha Menara Hijau.....	95
B. Karakteristik Responden/Profil Konsumen.....	100
1. Umur.....	100
2. Jenis Kelamin.....	101

3. Pendidikan.....	102
4. Profesi/Pekerjaan.....	104
5. Frekuensi menyaksikan program <i>talkshow</i>	105
C. Distribusi Frekuensi.....	106
D. Uji Instrumen.....	109
1. Uji Validitas.....	109
2. Uji Reliabilitas.....	110
E. Analisis Data.....	111
F. Pembahasan.....	115
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	117
A. KESIMPULAN.....	117
B. SARAN.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	122

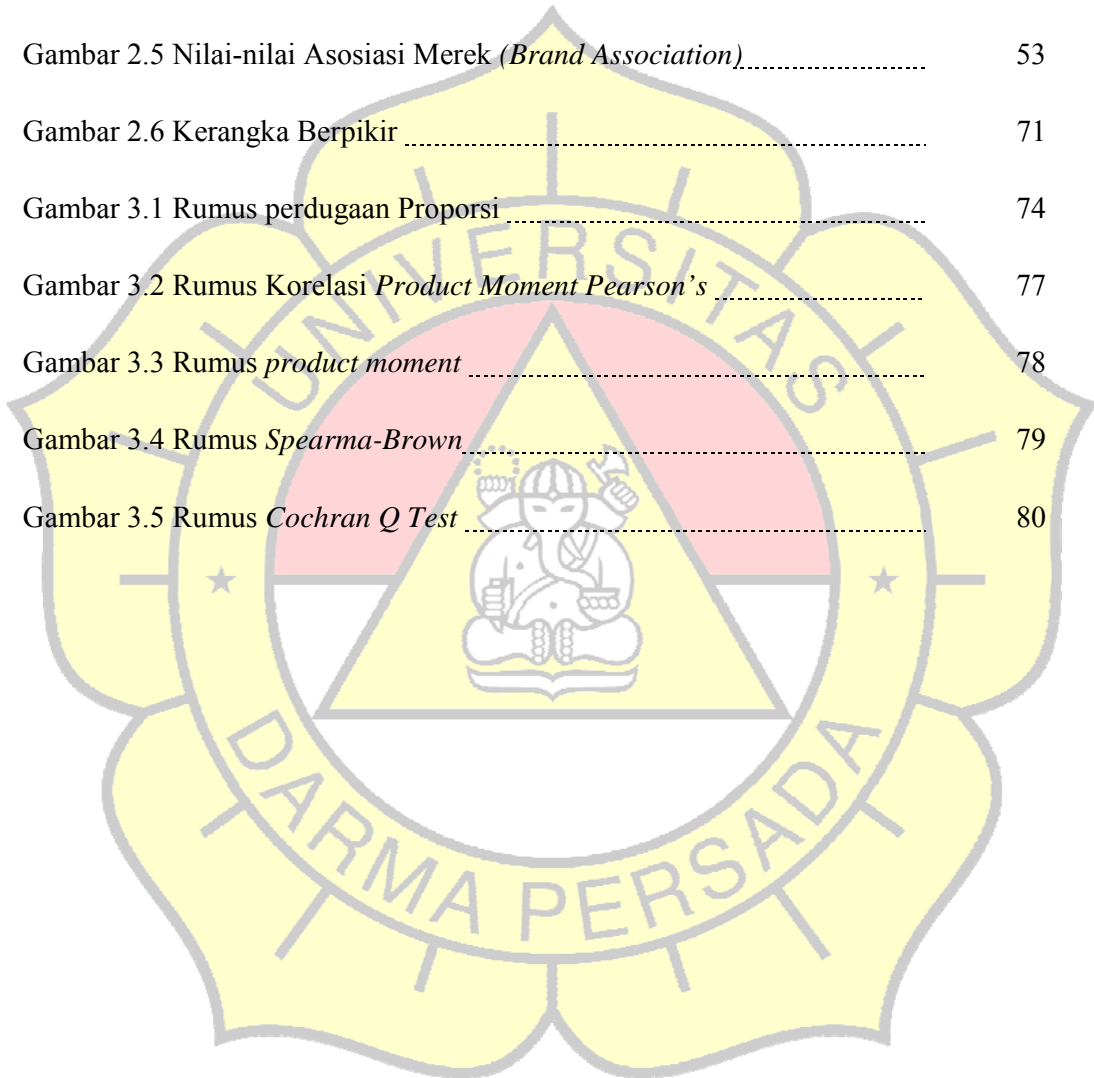


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Program Acara Televisi Berkualitas.....	6
Tabel 2.1 Manfaat-manfaat Merek.....	40
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional.....	83
Tabel 4.1 Tabel Daftar <i>tenant</i>	95
Tabel 4.2 Karakteristik/Profil Responden berdasarkan umur.....	101
Tabel 4.3 Karakteristik/Profil Responden berdasarkan jenis kelamin.....	102
Tabel 4.4 Karakteristik/Profil Responden berdasarkan pendidikan.....	103
Tabel 4.5 Karakteristik/Profil Responden berdasarkan pekerjaan.....	104
Tabel 4.6 Karakteristik/Profil Responden berdasarkan frekuensi.....	105
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi.....	106
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	109
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	111
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Cochran</i> program <i>talkshow</i> Kick Andy.....	1112

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Strategy Merek.....	33
Gambar 2.2 Elemen <i>Brand Equity</i> versi David AAKER.....	44
Gambar 2.3 Model Ekuitas Merek.....	46
Gambar 2.4 Konsep Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	47
Gambar 2.5 Nilai-nilai Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>).....	53
Gambar 2.6 Kerangka Berpikir.....	71
Gambar 3.1 Rumus perdugaan Proporsi.....	74
Gambar 3.2 Rumus Korelasi <i>Product Moment Pearson's</i>	77
Gambar 3.3 Rumus <i>product moment</i>	78
Gambar 3.4 Rumus <i>Spearma-Brown</i>	79
Gambar 3.5 Rumus <i>Cochran Q Test</i>	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	123
Lampiran 2. Rekapitulasi Data Responden	126
Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban Responden	131
Lampiran 4. Hasil Distribusi Frekuensi	134
Lampiran 5. Uji Validitas	137
Lampiran 6. Uji Reliabilitas	139
Lampiran 7. Uji <i>Cochran Q Test</i>	140
Lampiran 8. Tabel <i>Chi Square</i>	148

