

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan berkah, rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, karena atas karunia dan kehendak-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi.

Skripsi ini disusun untuk memperoleh temuan mengenai 1) gambaran *line extension* kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung, 2) gambaran ekuitas merek kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung, 3) seberapa besar pengaruh *line extension* terhadap ekuitas merek kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung.

Skripsi ini dikerjakan penulis sebaik dan seoptimal mungkin dengan harapan dapat bermanfaat serta menjadi sumbangan yang berarti bagi kemajuan dunia pendidikan. Namun apabila masih terdapat kekurangan dan kesalahan, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini.

Bandung, Juni 2012

Iis Wiwin Yuyanti

Iis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan Kehadirat Illahi Robbi yang telah memberikan keridhoan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sangat dalam dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Prof. Dr. H. Disman, M.S. selaku Pembantu Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia, Sekretaris Tim Pengembang Penulis Skripsi dan Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan masukan, bimbingan dan ilmu yang sangat bermanfaat dalam masa studi dan pembuatan proposal skripsi, semoga Allah SWT memberikan balasan dengan sesuatu yang lebih baik dan keberkahan hidup.

Iis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

5. Bapak Dr. H. Hari Mulyadi M.Si., selaku Ketua Tim Pengembang Penulis Skripsi Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia dan Dosen Pembimbing I yang selalu membimbing serta memberikan masukan, kritik, saran dan arahan untuk penulis sehingga wawasan penulis menjadi lebih luas dan terima kasih atas ketersediaan waktu yang telah bapak berikan selama proses bimbingan berlangsung hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala dan penuh keberkahan hidup.
6. Bapak Drs. Rd. Dian H. Utama, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II atas segala keikhlasan, kesabaran, ketelitian, dan kesungguhannya dalam membimbing serta memberikan pengarahan, kemudahan, dan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala dan penuh keberkahan hidup.
7. Segenap Dosen dan Staf Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis yang telah membimbing dan memberikan motivasi dan bantuan bagi penulis selama menjalani studi di Universitas Pendidikan Indonesia.
8. Staf Akademik FPEB UPI yang telah membantu penulis dalam membuat perizinan penelitian.
9. Bapak Rizal selaku Manajer *Human Resource Development* (HRD), Ibu Yusrika dan tim manajemen Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung yang telah membantu dan memberikan perizinan kepada penulis dalam menyebarkan kuesioner penelitian kepada konsumen.

Iis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

10. Konsumen Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung terima kasih telah membantu penulis untuk mengisi instrumen penelitian.
11. Saudara-saudaraku tercinta, Elin Rosalina, S.Pd., Nenny Rochani, S.Pd., Devi Widianti S.Pd., Dewi Trisnawati, S.Pd., Mely Meliawati Fitriani, S.Pd, Rona Apriani, dan Dede Iman, S.Pd., terima kasih atas persahabatan dan persaudaraan yang telah terjalin selama ini.
12. Teman-teman satu perjuangan Pendidikan Manajemen Bisnis 2007 : Irfina Murbarantri, Delis Risnawati, Abdul Hadi, Sheila Nurazizah, Adang Rianto, Agusta Pratama, Dewi Nur Fatimah, Sofi Sofhia Utami, Giza Restu Mutiara, Nira Sari, Asti Nurul Saeful, Rini Fitri Imaniar, Satria Nurul Ihsan, Doni Wijayanto, Zuldhika Fattahudin, Wahyu Septian, terima kasih untuk hari-hari yang kita lewati bersama. Kebersamaan, canda, tawa, susah, sedih tidak akan terlupakan, dan teman-teman yang lain, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu atas kebersamaannya sewaktu perkuliahan di Manajemen Bisnis yang telah memberikan dorongan, kerjasama, bantuan kepada penulis sehingga tercapai dalam penulisan skripsi ini.
13. Sahabat-sahabatku yang telah lulus lebih dahulu Elin Rosalina S.Pd, Devi Widianti S.Pd, Nenny Rochani S.Pd, Meliawati Fitriani S.Pd., Dewi Trisna S.Pd, Dede Iman S.Pd., Arnis Metha Putri S.Pd, Yayu Sri Rahayu S.Pd, Tiara Mansar S.Pd, Nurfitriah Rubiani S.Pd, Asri Nurbaini S.Pd, Rubby Rahman S.Pd, Mika Maulana S.Pd, Deria Kuswara S.Pd, dan Tegas Yudanianto S.Pd. Jazakumullah Khoiron Katsiron atas motivasi, bantuan

lis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

dan sarannya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi semoga Allah SWT membalasnya dengan pahala yang berlipat.

14. Rekan-rekan Manajemen Bisnis dan IM2B, Dini Sri S.Pd., Pipit Tria S.Pd, Erna Ratnawati S.Pd., Ridlwan Muttaqin S.Pd., (MB 2006) dan yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dorongan, kerjasama, bantuan kepada penulis selama kuliah dan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
15. Sahabat-sahabatku satu perjuangan di kelompok KKN dan PLP SMK Pasundan 1 Bandung, Kang Prima Septian, Elin, Nenny, Mely, Sofi, Giza, Nira, (Pendidikan Manajemen Bisnis 2006, 2007), Fajri Fadli, S.Pd., Tri Hartono, Dita Meisya Farhah, S.Pd., Dwi Prastiwi, Sintya Radita, Maerina Satriamah, S.Pd., Gina Ulfa, Juwita Junaidi, S.Pd., (Pendidikan Manajemen Perkantoran 2007), Jaenudin, S.Pd., Cipta Dewi, S.Pd, dan Andi G. Lesmana, S.Pd., (Pendidikan Bahasa Daerah 2007) terima kasih atas bantuan doa dan dorongannya selama penulis menjalani proses penulisan skripsi. Semoga Allah membalas kebaikan kalian.
16. Seluruh guru dan teman-temanku alumni SD Negeri Ciwaruga II Bandung, SMP Negeri 29 Bandung dan SMA Kartika Siliwangi 2 Bandung terima kasih atas do'a dan dukungannya.
17. Seluruh rekan yang tidak bisa penulis tulis satu persatu disini.

Iis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Penulis sangat berterima kasih sebesar-besarnya pada Ibunda dan Ayahanda Tercinta Ibu Cucu Rokayah dan Bapak Ruhiat, yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, perhatian, motivasi dan do'a yang selalu mengiringi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimalah persembahan karya adinda, buah dari perjalanan dan perjuangan dalam menuntut ilmu, semoga mendapat Keridhoan-Nya. Terima kasih kepada Adikku tersayang Wulan Ratna Sari dan Yulia Febrianti, Terima kasih atas doa, motivasi, hari-hari yang dilewati penuh kebahagiaan dan mewarnai keseharian penulis sehingga penulis pun lebih termotivasi menyelesaikan skripsi ini.

Jazaakumullaahu khairan katsiran Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan-kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan balasan yang terbaik serta menghapuskan dosa atas semua kesalahan dan kekhilafan. Amin.

Bandung, Juni 2012

Penulis

Iis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	16
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Kegunaan Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	20
2.1 Kajian Pustaka	20
2.1.1 Konsep <i>Line Extension</i>	20
2.1.1.1 <i>Line Extension</i> dalam <i>Strategic Brand Mangement</i>	20
2.1.1.2 Definisi <i>Line Extension</i>	32
2.1.1.3 Dimensi <i>Line Extension</i>	37

Iis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

2.1.2 Konsep Ekuitas Merek.....	40
2.1.2.1 Definisi Ekuitas Merek.....	40
2.1.2.2 Kategori Ekuitas Merek.....	41
2.1.2.3 Keuntungan dari Ekuitas Merek	45
2.1.2.4 Dimensi Ekuitas Merek	47
2.1.3 Pengaruh <i>Line Extension</i> Terhadap Ekuitas Merek	54
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	57
2.2 Kerangka Pemikiran.....	59
2.3 Hipotesis.....	65
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	67
3.1 Objek Penelitian.....	67
3.2 Metode Penelitian.....	67
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	67
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	68
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	71
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	72
3.2.4.1 Populasi	72
3.2.4.2 Sampel	73
3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	75
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	76
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	77
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	78

Iis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	83
3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	85
3.2.7.1 Teknik Analisis Data	85
3.2.7.2 Analisis Data Deskriptif	86
3.2.7.3 Analisis Verifikatif menggunakan <i>Path Analysis</i>	87
3.2.7.4 Pengujian Hipotesis	92
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	94
4.1 Profil Perusahaan dan Pembeli Kopi Nescafe	94
4.1.1 Profil Perusahaan	94
4.1.1.1 Visi, Misi dan Identitas Perusahaan	97
4.1.1.2 Produk yang Ditawarkan PT. Nestle Indonesia.....	99
4.1.1.3 Produk Kopi Nescafe.....	100
4.1.2 Karakteristik Responden Kopi Nescafe	104
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	104
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	105
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.	106
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	107
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	108
4.1.3 Pengalaman Responden Kopi Nescafe	110
4.1.3.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Lamanya Mengonsumsi Kopi Nescafe.....	110

4.1.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Varian Nescafe yang Dikonsumsi	111
4.1.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Memilih Kopi Nescafe	112
4.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Line Extension</i>	115
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek	120
4.4 Pengaruh <i>Line Extension</i> Terhadap Ekuitas Merek.....	125
4.5 Implikasi Hasil Penelitian	134
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Empirik Deskriptif	134
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik Verifikatif.....	135
4.5.3 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	136
4.6 Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan	137
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	142
5.1 Kesimpulan	142
5.2 Rekomendasi.....	143
DAFTAR PUSTAKA.....	146
LAMPIRAN-LAMPIRAN	151

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.1	Total Penjualan Industri Makanan Minuman Tahun 2009-2011	2
1.2	Indeks Rata-Rata <i>Best Brand</i> Beberapa Kategori Makanan Minuman Tahun 2010-2011	3
1.3	Proyeksi Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2012-2014	4
1.4	Pangsa Pasar (<i>Market Share</i>) Kopi Bubuk/Instan Tahun 2009-2011	5
1.5	Kinerja Merek (<i>Brand Value</i>) Kategori Kopi Bubuk/Instan Tahun 2009-2011	6
1.6	TOM (<i>Top of Mind</i>) Brand dan <i>Advertising Awareness</i> Merek Kopi Bubuk/Instan Tahun 2009-2011	7
1.7	Faktor yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Kopi Nescafe.....	9
1.8	Macam-macam Produk Kopi Nescafe.....	12
1.9	Indeks Nilai Merek Kopi Bubuk/Instan pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint.....	15
2.1	Definisi <i>Line Extension</i> Menurut Beberapa Ahli	32
2.2	Definisi Ekuitas Merek Menurut Beberapa Ahli	40
2.3	Ukuran <i>Consumer Based Brand Equity</i>	53
2.4	Orisinalitas Penelitian	57
3.1	Operasionalisasi Variabel	69
3.2	Jenis dan Sumber Data	71
3.3	Hasil Pengujian Validitas <i>Line Extension</i>	81

lis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

3.4	Hasil Pengujian Validitas Ekuitas Merek.....	82
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	85
3.6	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	87
3.7	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi	93
4.1	Produk-produk PT. Nestle Indonesia.....	99
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	104
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	105
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	106
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	107
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	108
4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Lamanya Mengonsumsi Kopi Nescafe.....	110
4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Varian Nescafe yang Dikonsumsi	111
4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Memilih Kopi Nescafe.....	113
4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Line Extension</i>	116
4.11	Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek.....	121
4.12	Matriks Korelasi Antar Sub Variabel <i>Line Extension</i> Dengan Ekuitas Merek.....	126
4.13	Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	128
4.14	Pengujian Secara Parsial.....	129
4.15	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Line Extension</i> Terhadap Ekuitas Merek.....	130

Iis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1.1	Jumlah Penjualan Kopi Nescafe.....	14
2.1	<i>The Marketing Strategy Process</i>	23
2.2	<i>Brand Equity Chain</i>	42
2.3	Konsep <i>Brand Equity</i>	44
2.4	<i>Costumer-Based Brand Equity Model</i>	49
2.5	Elemen <i>Brand Equity</i> Versi David Aaker	52
2.6	Kerangka Pemikiran	64
2.7	Paradigma Penelitian	65
3.1	Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y	88
3.2	Diagram Jalur Hipotesis	88
3.3	Diagram Jalur Substruktur Hipotesis	89
4.1	Diagram Jalur Hipotesis.....	126
4.2	Struktur Kausal Dimensi <i>Line Extension</i> dan Ekuitas Merek Kopi Nescafe.....	129

Iis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Izin Kuesioner
- Lampiran 3 Kuesioner
- Lampiran 4 Koding Responden
- Lampiran 5 Koding Variabel X (*line extension*)
- Lampiran 6 Koding Variabel Y (ekuitas merek)
- Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X (*line extension*)
- Lampiran 8 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y (ekuitas merek)
- Lampiran 9 Tanggapan Responden Terhadap *Line Extension* dan Ekuitas Merek
- Lampiran 10 Daerah Kontinum *Line Extension* dan Ekuitas Merek
- Lampiran 11 Pengujian *Path Analysis*
- Lampiran 12 Tabel Distribusi F
- Lampiran 13 Distribusi T
- Lampiran 14 Perhitungan F tabel dan T tabel Melalui SPSS 16
- Lampiran 15 Surat Pernyataan Perubahan Judul Skripsi
- Lampiran 16 Rekapitulasi Bimbingan Skripsi
- Lampiran 17 Surat Izin Penelitian

Iis Wiwin Yuyanti, 2012

Pengaruh *Line Extension* Terhadap Ekuitas Merek Kopi Nescafe

: Survei pada Konsumen Kopi Nescafe di Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu