



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
MEREK DOMESTIK VS ASING
(Studi Perilaku Konsumen Pada Produk Susu Indomilk dan
Frisian Flag)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

NAZARUDIN AMIN

081.0111.003

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nazarudin Amin

NPM : 0810.111.003

Tanggal : Tanggal 8 Desember 2012

Tanda Tangan :



Nazarudin.A

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP

MEREK DOMESTIK VS ASING

(Studi Perilaku Konsumen Pada Produk Susu Indomilk dan Frisian Flag)

Oleh :

NAZARUDIN AMIN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perbedaan Persepsi konsumen Terhadap Merek Domestik dan Merek Asing. Merek yang diteliti dalam penelitian ini adalah susu indomilk dan frisian flag yang respondennya diambil dari para pengguna atau pengkonsumsi susu indomilk dan frisian flag yang ada di universitas pembangunan nasional “veteran” jakarta. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebar kuisioner kepada 100 orang responden yang pernah mengkonsumsi susu indomilk dan frisian flag. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 17.0. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah Paired Sample Test untuk meneliti apakah ada perbedaan Persepsi antara Merek Domestik dengan Merek Asing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki persepsi yang lebih baik pada merek asing dibandingkan dengan merek lokal.

Kata Kunci : Persepsi Konsumen, Merek Lokal, dan Merek Asing

**ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION
DOMESTIC BRAND VS FOREIGN BRAND BRAND
(Study of Consumer Behavior In Dairy Products Indomilk and Frisian Flag)**

by:
NAZARUDIN AMIN

ABSTRACT

This study aimed to determine the difference in consumer perception Against Domestic brands and foreign brands. Brands that examined in this study are milk and Frisian Flag Indomilk the respondents drawn from the users or consuming dairy Indomilk and Frisian Flag is in the university of national development "veteran" jakarta. Data collection techniques in this study using primary data by spreading questionnaires to 100 respondents who had consumed milk Indomilk and Frisian flag. The process of data analysis in this study using the help of Statistical Product and Service Solutions (SPSS) version 17.0. The method of analysis used to test the hypothesis is Paired Sample Test to see if there is a difference between the perception of domestic brands to foreign brands. The results showed that respondents tend to have a better perception of foreign brands compared to local brands.

Keywords: Consumer Perceptions, local brands and foreign brands

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nazarudin Amin
NPM : 0810.111.003
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Merek Domestik Vs Asing (Studi Perilaku Konsumen Pada Produk Susu Indomilk Dan Frisian Flag)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 8-12-2012

Yang menyatakan,

 
(Nazarudin Amin)



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
MEREK DOMESTIK VS ASING
(Studi Perilaku Konsumen Pada Produk Susu Indomilk dan
Frisian Flag)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

NAZARUDIN AMIN

081.0111.003

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2012

SKRIPSI

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
MEREK DOMESTIK VS ASING**

(Studi Perilaku Konsumen Pada Produk Susu Indomilk dan Frisian Flag)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NAZARUDIN AMIN

081.0111.003

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal: 08 Desember 2012

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing

(Drs. NOBELSON, MM)

Jakarta, 2012

Mengetahui,

Ketua Program Studi S-1 Manajemen




(Drs. NURMATIAS, MM)



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN “ JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Sekretariat : JL. RS. Fatmawati Pondok Labu Jakarta Selatan 12450. Telp.7656971,7692856 Fax.7692856
Homepage : <http://www.upnj.ac.id> Email : puskom.upnj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF (SKRIPSI)
SEMESTER GENAP T.A. 2011/2012

Hari ini Sabtu, tanggal 08 Desember 2012, telah dilaksanakan Ujian Komprehensif (Skripsi) bagi mahasiswa :

Nama : **Nazarudin Amin**
Nomor Pokok : 0810.111.003
Program : S - 1 MANAJEMEN (REGULER)

Dengan Judul Skripsi sebagai berikut :

“ ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MEREK DOMESTIK VS ASING “.

Dinyatakan yang bersangkutan, Lulus / Tidak Lulus *)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Diana Triwardhani, SE,MM	Ketua	
2.	Tati Handayani, SE,MM	Anggota I	
3.	Drs. Nobelson, MM	Anggota II **)	

Jakarta, 08 Desember 2012

Mengesahkan

Kaprof. S.1 Manajemen



Drs. Nurmatias, MM

Catatan :

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing

PERSEMBAHAN

Penelitian ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang telah membantu memberikan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung :

1. Koesnadi Kardi, M.Sc, RCDS selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. DR. Erna Hernawati, AK,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Drs. Nurmatias, MM, selaku Kepala Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta..
4. Drs.Nobelson, MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta saran yang sangat berharga bagi peneliti selama melakukan penelitian.
5. Diana Triwardani, SE,MM selaku ketua dosen penguji penelitian ini.
6. Tati Handayani, SE,MM, selaku dosen penguji penelitian ini.
7. Segenap Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama masa perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu perpustakaan baik perpustakaan ekonomi dan perpustakaan umum yang telah membantu dalam pengumpulan pustakawan penelitian.
9. Keluarga tercinta, Mamah ku tersayang yang telah mendoakan dan memberikan bantuan moril maupun materil hingga terselesaikannya penelitian ini.
10. Teman-teman terdekat Hempy, Andi, Imam, Khoko dan Irvan yang selalu membantu, memberikan nasehat dan semangat peneliti dari awal hingga akhir penyusunan skripsi.
11. Seluruh teman S1 Manajemen 2008 lokal A dan B yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat dan doa kepada peneliti.

Penulis menyadari penelitian ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu penuyusun mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun dan menyempurnakan skripsi ini.

Semoga karya skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, Desember 2012

Nazarudin Amin

PRAKATA

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan untuk memperoleh gelar sarjana. Judul yang di pilih dalam skripsi ini adalah **“ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MEREK DOMESTIK VS ASING (Studi Perilaku Konsumen Pada Produk Susu Indomilk dan Frisian Flag)”**. Terimakasih penulis ucapkan kepada Bapak Drs. Nobelson, MM selaku pembimbing, yang telah memberi banyak saran dan juga masukan.

Disamping itu, penulis mengetahui bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun penulis terima untuk perbaikan skripsi ini.

Jakarta, Desember 2012

Nazarudin Amin

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tangerang pada tanggal 04 Januari 1989 dari ayah Hj. Achmad Nado dan ibu Nuriah . Penulis merupakan putra pertama dari tiga bersaudara. Tahun 2007 penulis lulus dari SMA PGRI 14 Jakarta dan setelah lulus bekerja di Mega Interior Cinere, pada tahun 2008 masuk Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis memilih Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen S1.

Selama mengikuti perkuliahan penulis memiliki banyak pengalaman, salah satunya adalah pada tahun 2011 penulis dan rekannya menjadi salah satu peserta lomba kewirausahaan yang diseminarkan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Selain itu penulis juga pernah mengikuti UKM bulu tangkis dan juga aktif di dalam organisasi masyarakat Forum Komunikasi Anak Betawi sebagai sekretaris Dewan Perwakilan Ranting Gandul.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Pernyataan Orisinalitas	ii
Abstrak	iii
Pernyataan Persetujuan Publikasi	v
Halaman Judul	vi
Pengesahan	vii
Berita Acara Komprehensif	viii
Persembahan	ix
Prakata	x
Riwayat Hidup	xi
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang	1
I.2. Perumusan Masalah Daftar Lampiran	3
I.3. Tujuan Penelitian Daftar Lampiran	4
I.4. Manfaat Penelitian Daftar Lampiran	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II.1. Penelitian Terdahulu	5
II.2. Landasan Teori	7
II.2.1. Pengertian Pemasaran	7

II.2.2. Konsep Pemasaran	8
II.2.3. Manajemen Pemasaran	8
II.2.4. Pengertian Persepsi Konsumen	8
II.2.5. Pengertian Merek	13
II.2.6. Fungsi Merek	16
II.2.7. Asosiasi Merek (<i>brand associations</i>)	17
II.2.8. Pemberian Nama Merek Lokal dan Asing	21
II.3. Pengembangan Hipotesis	23
II.4. Hipotesis Penelitian	23
II.5. Kerangka Pemikiran	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

III.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
III.1.1. Definisi Operasional	25
III.1.2. Pengukuran Variabel	25
III.2. Teknik Penentuan Sampel dan Populasi	26
III.3. Metode Pengumpulan Data	27
III.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	28
III.4.1. Teknik Analisis Data	28
III.4.2. Uji Validitas dan Realibilitas	29
III.4.3. Uji Paired Sample T-Test.....	31
III.4.4. Uji Hipotesis	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

IV.1. Deskripsi Objek Penelitian	32
IV.1.1. Sejarah Singkat dan Gambaran Umum Perusahaan PT. Indomilk	32
IV.1.2. Visi dan Misi Perusahaan Indomilk	34
IV.1.3. Prestasi dan Penghargaan Perusahaan PT.Indomilk	34

IV.1.4 Sejarah Singkat dan Gambaran Umum Perusahaan PT. Frisian Flag	36
IV.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Frisian Flag	38
IV.1.6 Visi dan Misi Perusahaan PT. Frisian Flag Indonesia	39
IV.1.7 Tugas dan Wewenang Organisasi PT. Frisian Flag Indonesia	39
IV.1.8 Profil Responden	43
IV.2 Deskripsi Hasil Penelitian	44
IV.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
IV.2.2 Analisa Rata-Rata Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Merek	45
IV.2.3 Perbedaan Persepsi Konsumen Berdasarkan Atribut Merek	46
IV.2.4 Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Merek Domestik Vs Asing	49
IV.2.5 Pembahasan	50
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
V.I Kesimpulan	51
V.2 Saran.....	51
 DAFTAR PUSTAKA	52
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	5
Tabel 3.1 Operasional Variabel	25
Tabel 3.2 Skala Likert	27
Tabel 3.3 Kisi-kisi instrument.....	28
Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas.....	30
Tabel 4.1 Profil Responden	43
Tabel 4.2 Case Processing Summary	44
Tabel 4.3 Reliability Statistics	44
Tabel 4.4 Item-Total Statistics	44
Tabel 4.5 Paired Samples Statistics	45
Tabel 4.6 Rata-rata Persepsi Konsumen	45
Tabel 4.7 Paired Samples Correlations	46
Tabel 4.8 Paired Samples Test	46
Tabel 4.9 Perbedaan Persepsi Konsumen Berdasarkan Atribut Merek	47
Tabel 4.10 Paired Samples Statistics	49
Tabel 4.11 Paired Samples Correlations	49
Tabel 4.12 Paired Samples Test	49
Tabel 4.13 Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Merek Domestik Vs Merek Asing	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Nilai Asosiasi Merek.....	18
Gambar 2.2 Diagram piramida <i>brand awareness</i>	19
Gambar 2.3 Diagram nilai dari kesan kualitas.....	20
Gambar 2.4 Kerangka pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan PT Frisian Flag	38

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Uji Reliability
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Paired T-test
- Lampiran 5 Tabel R
- Lampiran 6 Tabel T
- Lampiran 7 Hasil data Kuisisioner
- Lampiran 8 Kartu Monitoring
- Lampiran 9 Surat Riset