

**ASOSIASI MEREK SEPATU OLAH RAGA
MEREK NIKE MENURUT PENGGUNA DAN CALON PEMBELI
SEPATU OLAH RAGA MEREK NIKE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Kesarjanaan S-1
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun oleh:

Nama : Yo el. Wijaya
Nim : 02.30.0246

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2007**

ABSTRAKSI

Merek memegang peranan sangat penting, salah satunya menjembatani harapan konsumen pada saat kita menjanjikan sesuatu kepada konsumen. Dengan demikian dapat diketahui adanya ikatan emosional yang tercipta antara konsumen dengan perusahaan penghasil produk melalui merek. Sedangkan Kotler (2002:460) mengungkapkan bahwa merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing.

Di era sekarang ini, sejalan dengan perkembangan jaman, sehubungan dengan hal-hal tersebut diatas, Merek Nike sebagai salah satu merek sepatu olah raga terkenal, diharapkan mampu merealisasikan teori yang ada, dan berupaya untuk mampu menjawab tantangan persaingan yang semakin berat. Mengingat ada beberapa merek yang memang mampu atau berpotensi menjadi pesaing. Artinya pada saat Nike muncul sebagai salah satu merek terkenal di bidang sepatu olah raga, maka akan muncul merek-merek sepatu olah raga yang lain. Merek-merek baru akan berupaya merebut pangsa pasar yang ada di Semarang, tidak hanya itu, merek-merek baru juga akan memperluas pangsa pasar hingga mencapai area yang lebih luas. Untuk itu perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai Asosiasi Merek Sepatu Olah raga Merek Nike, dan yang dituju adalah para pengguna dan calon pembeli yang ada di Semarang.

Dengan latar belakang masalah dan pemikiran tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **ASOSIASI MEREK SEPATU OLAH RAGA MEREK NIKE MENURUT PENGGUNA DAN CALON PEMBELI SEPATU OLAH RAGA MEREK NIKE.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, apa yang ada dibenak konsumen ketika mendengar sepatu olah raga merek Nike, hal-hal apa saja yang menjadi asosiasi merek sepatu olah raga merek Nike menurut pengguna, dan hal-hal apa saja yang menjadi asosiasi merek sepatu olah raga merek Nike menurut calon pembeli.

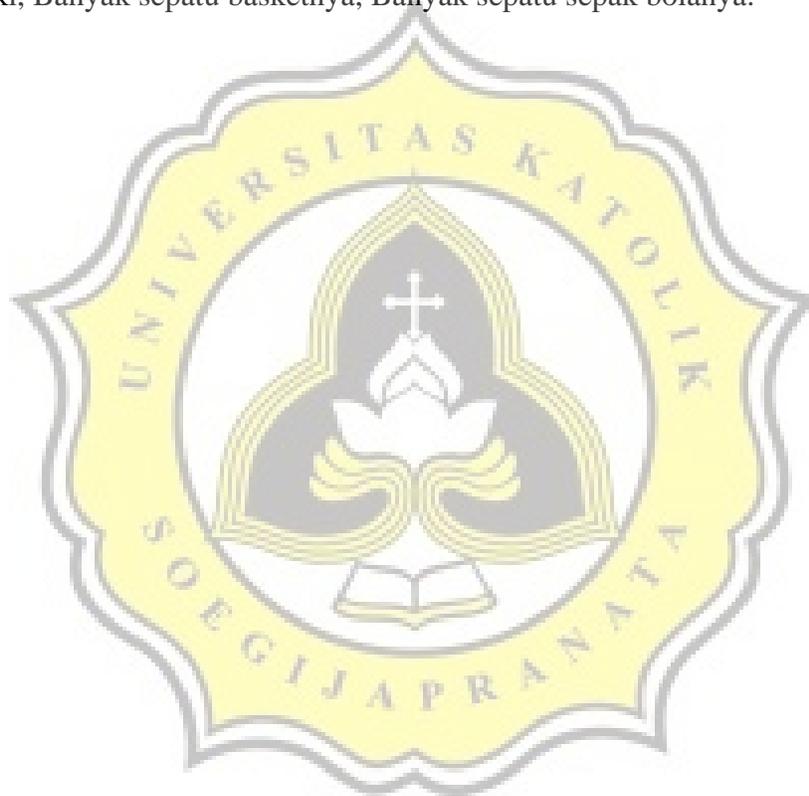
Lokasi penelitian adalah di Lapangan Tri Lomba Juang, Planet Sport, Athlete Foot, dan Sport Station. Populasi adalah keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup dan waktu yang ingin diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah, seluruh pengguna dan calon pembeli sepatu olah raga merek Nike.

Masalah penelitian adalah, Asosiasi apa yang muncul dalam benak responden bila mendengar, sepatu olah raga merek Nike, dengan penelitian yang dilakukan terhadap 60 responden pengguna dan 40 responden calon pembeli sepatu olah raga merek Nike.

Peneliti menyusun daftar pertanyaan yang diambil dari jawaban responden pada langkah pertama yang pilihan jawabannya YA atau TIDAK. Dengan pertanyaan, Bila

saudara mendengar sepatu olah raga Nike, hal apa saja yang muncul di benak saudara?

Untuk mengetahui Asosiasi mana yang valid, dilakukan test cochran dengan hasil sebagai berikut. Asosiasi merek sepatu olah raga merek Nike menurut pengguna sepatu olah raga Nike adalah : Merek Terkenal, Barang Berkualitas, Harga Mahal, Banyak barang tiruannya. Sedangkan Asosiasi merek sepatu olah raga merek Nike menurut calon pembeli sepatu olah raga Nike adalah : Merek Terkenal, Produk berkualitas, Harga mahal, Model Bagus, Banyak barang tiruannya, Bahan kuat, Nyaman ketika dipakai, Banyak dipakai orang, Merek favorit, Desain sesuai dengan alas kaki, Banyak sepatu basketnya, Banyak sepatu sepak bolanya.



DAFTAR ISI

HAL	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN MOTTO.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9

1.6	Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....		11
2.1	Pengertian Merek.....	11
2.2	Peranan Merek.....	12
2.3	Ekuitas Merek.....	13
2.3.1	Brand Awareness.....	15
2.3.2	Brand Association.....	17
2.3.3	Percieved Quality.....	17
2.3.4	Brand Loyalty.....	18
2.4	Asosiasi Merek.....	21
2.5	Acuan Asosiasi Merek.....	23
2.6	Kerangka Pemikiran.....	27
2.7	Definisi Operasional.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		30
3.1	Lokasi Penelitian.....	30
3.2	Populasi dan Sampel.....	30
3.3	Jenis Data Penelitian.....	32
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5	Teknik Analisis Data.....	33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Perkembangan sepatu olah raga Nike.....	35
4.1.1 Visi dan Logo Nike.....	35
4.1.2 Celebrity Endorsment Nike.....	36
4.1.3 Segment dan Slogan Nike.....	36
4.2 Identitas Responden.....	37
4.2.1 Umur Responden.....	37
4.2.2 Kategori Responden.....	39
4.2.3 Kategori Responden Berdasarkan Lokasi.....	40
4.3 Tahap Pertama hasil penelitian Brand Association Sepatu olah raga merek Nike.....	41
4.4 Tahap kedua Uji Cochran.....	42
4.4.1 Hasil Pertanyaan Terbuka.....	42
4.4.2 Uji Cochran Asosiasi Merek sepatu olah raga merek Nike menurut pengguna sepatu olah raga Nike.....	46
4.4.3 Uji Cochran Asosiasi Merek sepatu olah raga merek Nike menurut calon pembeli sepatu olah raga Nike.....	71
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

