



Judul Skripsi : Ekuitas Merek Kopi Bubuk Instan pada Mahasiswa IPB
Nama : Alisa Mutiara
NIM : H34170087

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Etriya, SP, MM



Diketahui oleh

Ketua Departemen :
Dr. Ir. Dwi Rachmina, M. Si
NIP 196312271990032001



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah *subhanahu wa ta'ala* atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Ekuitas Merek Kopi Bubuk Instan pada Mahasiswa IPB”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada orang – orang yang telah memberikan kontribusi besar dalam penulisan skripsi ini, yakni :

1. Dr. Etriya, SP, MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, kritik, dan koreksi selama proses penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.
2. Dr. Ir. Joko Purwono, MS selaku dosen penguji utama serta Chairani Putri Pratiwi, B. Sc, M. Si selaku dosen penguji wakil program studi yang telah memberikan evaluasi, kritik, dan saran dalam proses penyusunan skripsi.
3. Ayah Udin Komarudin dan Ibu Oom Rohmah selaku kedua orang tua penulis serta kakak-kakak penulis, Aditya Mahendra, S.T., L.L.M dan Asyefi Muhammad, Amd. I. Kom, yang selalu memberikan doa, dukungan, serta kasih sayangnya kepada penulis.
4. Adiasa Nawa Wisesa, R. R. Ajeng Pratiwi, Asti Widya Ambarwati, Tesya Astarianna, Rivaldy Putra Lesmana, dan teman - teman yang telah banyak membantu dan memberi dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Rekan – rekan dari PSM IPB Agria Swara serta seluruh teman dari Agribisnis angkatan 54 yang telah bersedia menjadi teman penulis selama perkuliahan dan memberikan banyak kenangan serta pengalaman berharga selama empat tahun ini.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca atas ketidaksempurnaan yang terdapat dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat.

Bogor, Juli 2021

Alisa Mutiara



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	iii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Faktor – Faktor yang Diduga Memengaruhi Ekuitas Merek	7
III KERANGKA PEMIKIRAN	9
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	9
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	15
IV METODE PENELITIAN	16
4.1 Metode Pengambilan Data	16
4.2 Pengujian Kuisisioner	17
4.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data	19
V HASIL DAN PEMBAHASAN	21
5.1 Gambaran Umum Perusahaan Produsen Kopi Bubuk Instan Good Day, Indocafe, dan Nescafe	21
5.2 Karakteristik Responden	23
5.3 Analisis Ekuitas Merek	25
5.4 Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek terhadap Ekuitas Merek	37
VI IMPLIKASI MANAJERIAL	45
VII SIMPULAN DAN SARAN	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51
RIWAYAT HIDUP	61



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pengeluaran per kapita bulanan untuk makanan di Kota Bogor periode 2017 - 2019	2
Tabel 2 Top Brand Kopi Bubuk Instan	3
Tabel 3 Top Brand Kopi Bubuk Berampas	3
Tabel 4 Peringkat Market Share untuk kategori Kopi Bubuk Berampas Indonesia Best Brand Index Tahun 2019 – 2020	4
Tabel 5 Peringkat Market Share untuk kategori Kopi Bubuk Berampas Indonesia Best Brand Index Tahun 2019 – 2020	4
Tabel 6 Data response rate responden	17
Tabel 7 Variabel yang diuji	18
Tabel 8 Sebaran responden berdasarkan karakteristik	23
Tabel 9 Statistika deskriptif variabel demografi usia dan uang saku per bulan	23
Tabel 10 puncak pikiran merek kopi bubuk instan	26
Tabel 11 pengingatan kembali terhadap merek kopi bubuk instan	26
Tabel 12 pengenalan merek kopi bubuk instan	27
Tabel 13 Tidak mengenali merek kopi bubuk instan	28
Tabel 14 Rata-rata nilai atribut persepsi kualitas seluruh merek	28
Tabel 15 Perhitungan asosiasi merek Good Day	30
Tabel 16 Perhitungan asosiasi merek Indocafe	31
Tabel 17 Perhitungan asosiasi merek Nescafe	32
Tabel 18 Perhitungan loyalitas merek Good Day	33
Tabel 19 Perhitungan loyalitas merek Indocafe	34
Tabel 20 Perhitungan loyalitas merek Nescafe	35
Tabel 21 <i>Loading factors</i> indikator setiap variabel pada merek Good Day	37
Tabel 22 <i>Loading factors</i> indikator setiap variabel pada merek Indocafe	38
Tabel 23 <i>Loading factors</i> indikator setiap variabel pada merek Nescafe	38
Tabel 24 Nilai AVE setiap variabel laten	39
Tabel 25 <i>Cross Loadings</i> merek Good Day	39
Tabel 26 <i>Cross Loadings</i> merek Indocafe	40
Tabel 27 <i>Cross Loadings</i> merek Nescafe	40
Tabel 28 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Setiap Variabel	40
Tabel 29 Hasil uji keakuratan model	41
Tabel 30 Hasil pengujian hipotesis merek Good Day	41
Tabel 31 Hasil pengujian hipotesis merek Indocafe	42
Tabel 32 Hasil pengujian hipotesis merek Nescafe	42

DAFTAR GAMBAR

1 Konsumsi Kopi Nasional 2016 - 2018 dan prediksi 2019 – 2021	1
2 Piramida kesadaran merek	10
3 Piramida loyalitas	12
4 Konsep ekuitas merek	14

5 Kerangka pemikiran operasional	16
6 Sebaran responden berdasarkan departemen di FEM	25
7 Grafik semantic differential merek Good Day, Indocafe, dan Nescafe	29
8 Hasil akhir model penelitian merek Good Day	43
9 Hasil akhir model penelitian merek Indocafe	43
10 Hasil akhir model penelitian merek Nescafe	44

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuisisioner Penelitian	51
--------------------------	----





@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.