

**ANALISIS BRAND EQUITY I PHONE APPLE PADA
MAHASISWAN UNJ**

**HERMAWAN SYAH
8223136628**



**Laporan Karya Ilmiah Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya (Amd) Pada Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

**BRAND EQUITY ANALYSIS OF I PHONE APPLE ON STATE
OF JAKARTA UNIVERSITY'S STUDENT**

**HERMAWAN SYAH
8223136628**



**Laporan Karya Ilmiah Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya (Amd) Pada Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

ABSTRAK

Hermawan Syah Reza. 2013.8223136628. Karya Ilmiah berjudul “Analisis Brand Equity I Phone Apple pada Mahasiswa UNJ”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Dalam Karya Ilmiah ini, Penulis melakukan riset untuk menganalisis Brand Equity pada produk smartphone yang menjadi salah satu market leader di Indonesia yaitu Apple. Responden dalam riset ini adalah mahasiswa UNJ Fakultas Ekonomi angkatan 2013-2015 sebanyak 83 orang yang merupakan pengguna smartphone I Phone Apple. Penulis menggunakan metode analisis deksriptif.

Dari ke 4 dimesi *Brand Equity*, dapat disimpulkan bahwa *Brand Awareness* pada tingkatan *Top of Mind* dapat dikategorikan sangat kuat, *Brand Association* dapat dikategorikan kuat dengan asosiasi yang paling kuat adalah asosiasi canggih dan aman , dan *Perceived Quality* dapat dikategorikan baik. Dan hanya *Brand Loyalty* saja yang dikategorikan cukup karena piramida *Brand Loyalty* masih belum membentuk piramida terbalik

Keyword : Brand Equity, Smartphones

ABSTRACT

Hermawan Syah Reza. 2013.8223136628. The title of this scientific paper is "Brand Equity Analysis on I Phone Apple in state of Jakarta University's student". D-III Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. State of Jakarta University.

In this scientific paper, the authors conducted a research to analyze the brand equity on smartphone products that became one of the leader on market in Indonesia, namely Apple. Respondent in this research is the student at state of Jakarta University on 2013 – 2015 class of 83 people which is a smartphone Apple I Phone users. The author uses descriptive analysis method to describe the strength of brand equity on the product.

From the fourth dimensions of brand equity, it can be concluded that brand awareness, at the level of top of mind can be categorized strong, Brand Association can be categorized as strong, with the most powerful association is the association of sophisticated and secure, Perceived Quality can be categorized as good and Brand Loyalty can be categorized as strong because Brand Loyalty Pyramid has formed an inverted pyramid.

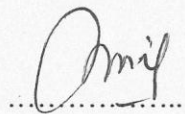


Keyword : Brand Equity, Smartphones

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus.
NIP. 196712071992031001

| Nama | Tanda tangan | Tanggal |
|--|--|----------|
| Ketua Penguji | | |
| Dra. Umi Mardiyati, M. Si NIP. 195702211985302002 |  | 5-9-2016 |
| Penguji Ahli | | |
| Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 |  | 6-9-2016 |
| Dosen Pembimbing | | |
| Dra. Sholikhah, M.M NIP. 196206231990032001 |  | 8-9-2016 |

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Sholikhah, M.M

NIP. 196206231990032001


.....

26 - Juni - 2016

.....

Jakarta, 26 Juni 2016

Ketua Program Studi

DIII Manajemen Pemasaran



Dra. Umi Mardiyati M.Si

NIP. 195702211985032001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah yang masa esa, karena berkat rahmat dan karuniaNya lah Penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini dengan lancar.

Tidak lupa juga Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang mendoakan, mendukung, memotivasi, juga membantu Penulis dalam penyusunan Laporan Karya Ilmiah ini, antara lain :

1. Dra.Sholikhah, M.M, selaku Dosen Pembimbing Laporan Karya Ilmiah Penulis.
2. Dra. Umi Mardiyati, M.Si, selaku Ketua Program Studi D3 Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Dedi Purwana E.S, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Teman-teman kuliah Penulis yang senantiasa memberikan semangat dalam menyelesaikan Karya Ilmiah ini.
5. Anggota DotA yang selalu memberikan arahan dan pencerahan kepada Penulis dalam memperbaiki Laporan Karya Ilmiah ini.
6. Keluarga Praktikan yang selalu mendukung Penulis untuk tetap semangat dalam menyelesaikan laporan karya Ilmiah ini.

Jakarta, 30 Juli 2016

Penulis