

**HUBUNGAN ANTARA PERLUASAN MEREK DENGAN  
CITRA MEREK PRODUK LIFEBOUY PADA MAHASISWA  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA  
FAKULTAS EKONOMI UNJ**

**ADITYA SEPTIADI ARNANTO  
8135072783**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA  
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2011**

**THE CORRELATION BETWEEN BRAND EXTENSION  
AND BRAND IMAGE PRODUCT LIFEBOUY AT  
STUDENTS OF COMMERCE EDUCATION PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMIC UNJ**

**ADITYA SEPTIADI ARNANTO  
8135072783**



**Skripsi Is Written As Part Of Bachhelor Degree In Education  
Accomplishment**

**STUDY PROGRAM OF OF COMMERCE EDUCATION  
DEPARTEMENT OF ECONOMIC AND ADMINISTRATION  
FACULTY OF ECONOMIC  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2011**

## ABSTRAK

**ADITYA SEPTIADI ARNANTO**, Hubungan Antara Perluasan Merek dengan Citra Merek Produk Lifebuoy pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi UNJ. Skripsi, Jakarta : Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. 2011

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data empiris yang valid, dan dapat dipercaya (reliable) tentang hubungan antara perluasan merek dengan citra merek produk Lifebuoy pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi UNJ.

Penelitian dilakukan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Kampus A, Jakarta Timur selama 4 bulan, yaitu dari bulan September sampai dengan Desember 2011. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Sedangkan Populasi terjangkaunya adalah Program Studi Pendidikan Tata Niaga angkatan 2010 sebanyak 33 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik acak sederhana sebanyak 32 orang.

Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji liliefors menghasilkan  $L_{hitung} = 0.1077$ , sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 32$  pada taraf signifikan 0,05 adalah 0.1566. Karena  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 14,28 + 0.96X$ . Dari uji keberartian regresi menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $49,46 > 4,17$ , artinya persamaan regresi tersebut signifikan. Uji linearitas regresi menghasilkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $0,82 < 2,93$ , sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linier. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson menghasilkan  $r_{xy} = 0.790$ , selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan  $t_{hitung} = 7,047$  dan  $t_{tabel} = 1.70$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0.790$  adalah signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 62,34% yang menunjukkan bahwa variasi Citra Merek ditentukan oleh Perluasan Merek dan 37.66% ditentukan oleh faktor lain.

Kata kunci: Perluasan Merek, Citra Merek, Mahasiswa

## **ABSTRACT**

**ADITYA SEPTIADI ARNANTO**, *The Correlation Between Brand Extension And Brand Image Product Lifebuoy At Students Of Commerce Education Program, Faculty Of Economic UNJ. A Skripsi, Jakarta. Study Program Of Commerce Education, Departement of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2011.*

*This study aimed at obtaining empirical data and facts which are authentic, valid, and reliable on The Correlation Between Brand Extension And Brand Image Product Lifebuoy At Students Of Commerce Education Program, Faculty Of Economic UNJ.*

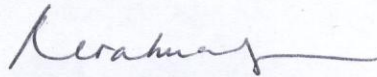
*This research was conducted at Commerce Education Program, Faculty Of Economic UNJ, East Jakarta, for four months, from september to december 2011. The method used was survey method with the correlational approach. The sampling technique used was simple random sampling. The population in this study was students of Commerce Education Program, faculty of economic UNJ, whereas the possible populations are students of Commerce Education Program 2010 about 33 students. The tchnique which used in gathering the sample was simple random sampling about 32 students.*

*Analysis of condition test, which is normality error test for regression approximates of X on Y with lilifors test, result in  $L_{count} = 0.1077$ , while  $L_{table}$  is 0.1566, because  $L_{count} < L_{table}$  then the normality error test of Y on X distributed normal. the resulting regression equation is  $\hat{Y} = 14,28 + 0.96X$ . Significance regression results in  $F_{count} > F_{table}$  is  $49,46 > 4,17$ , it is mean that the regression equation is significance. Testing linearity of regression produces  $F_{count} < F_{table}$  is  $0,82 < 2,93$ , thus concluded that the equation is linear. Results of hypothesis test which pearson product momenth shows that  $r_{xy} = 0.790$ , then significance of product moment corretional test using the t-test produced  $t_{count} = 7,047 > t_{table} = 1.70$ . it can be concluded that the correlation coefficient  $r_{xy} = 0.790$  is significance. The coefficient of determination was 62,34% which indicated that variation of Brand Image is determined by Brand Extension and 37,66% determinated other factor.*


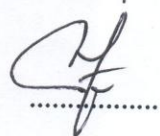

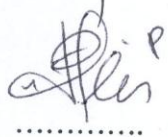
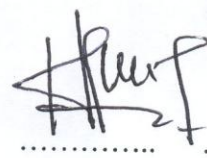
*Keywords: Brand Image, Brand Extension, college students.*

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si  
NIP. 195310021985032001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Rochyati</u> NIP. 195404031985032002	Ketua		17/1/2012
2. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001	Sekretaris		16/1/2012
3. <u>Dra. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Penguji Ahli		17/1/2012
4. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP: 197701112008122003	Pembimbing I		12/1/2012
5. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, MSi</u> NIP: 196610302000121001	Pembimbing II		13/1/2012

Tanggal Lulus : 12 Januari 2012

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan asil karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang tela diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Desember 2011

Yang membuat pernyataan

  
METERAI  
TEMPEL  
PADA KEHIMPUNAN BERKAS  
NO. BEBERA F658695528  
ENAM RIBU RUPIAH  
6000 DJP  
Aditya Septiadi Aianto  
8135072783

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka  
apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah  
dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”*

[Q.S. Al-Insyirah: 5-7]

**“ dan sesungguhnya Dialah yang menjadikan orang  
tertawa dan menangis ”**

[ Q.S. An-Najm: 43]

**“Dibalik kekuatan yang besar,  
terdapat tanggung jawab yang besar...”**

Alhamdulillah.....

Thanks ALLAH atas semua yang ada dalam hidupku  
Aku persembahkan Skripsi ini untuk Mamahku tercinta dan Papahku tersayang yang  
telah menjadikan aku menjadi seperti sekarang ini...  
Untuk adik, nenek dan semua karib kerabat serta seluruh sahabat, teman dan orang-  
orang yang aku sayang, terima kasih banyak atas dukungan semangat yang kalian  
berikan...

Semoga ALLAH Memberkahi kalian...

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah rahmat dan hidayah-Nya serta izin-Nya, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dalam persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ryna Parlina, MBA. Selaku dosen pembimbing I yang banyak berperan memberikan bimbingan, dengan kebaikan dan masukannya yang banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
2. Drs. Nurdin Hidayat, MM., M.Si. selaku dosen pembimbing II dan Ketua Program Studi Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan dan dukungan dalam penyusunan dan penulisan skripsi
3. Ari Saptono, S.E, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Dra. Nurahma Hajat, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, khususnya segenap dosen pendidikan Tata Niaga.
6. Kedua orang tua tercinta dan adikku tersayang, yang begitu banyak memberikan dukungan baik secara moril dan materil.



Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal ini diakibatkan karena keterbatasan kemampuan peneliti. Sehubungan dengan itu, peneliti sangat mengharapkan kritik membangun, saran dan masukan dari pembaca sekalian.

Jakarta, Desember 2011

Aditya Septiadi Arnanto