

Usulan Peningkatan *Brand Association* di Program Studi S1 Teknik Elektro Institut Teknologi Nasional Bandung

Maulana Rezki Herawan¹, Sugih Arijanto²

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional, JL. PHH. Mustofa No.23 Bandung, 40124, Indonesia

Email: maulanarezki3@gmail.com

Received DD MM YYYY | *Revised* DD MM YYYY | *Accepted* DD MM YYYY

ABSTRAK

Teknik Elektro merupakan salah satu Program Studi yang penting untuk berkembangnya teknologi kedepannya. Menjadi salah satu Program Studi yang sudah ada sejak Itenas berdiri membuat Program Studi S1 Elektro Itenas sudah dikenal dikalangan masyarakat dan memiliki berbagai prestasi. Kualitas yang dimiliki Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas harus dipertahankan terkait prestasi-prestasi yang sudah di dapat. Prestasi-prestasi yang dimiliki Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas dapat mengundang calon mahasiswa untuk melanjutkan studinya di Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas. Jumlah mahasiswa yang naik-turun membuat Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas harus melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas agar semakin baik dengan begitu jumlah peminat Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas dapat meningkat, maka penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode brand association.

Kata Kunci: Teknik Elektro, Brand Association, Brand Equity

ABSTRACT

Electrical Engineering is one of the important study programs for the development of technology in the future. Being one of the Study Programs that has existed since Itenas was founded, the Itenas Electrical S1 Study Program is well known among the public and has various achievements. The quality of the Itenas Electrical Engineering S1 Study Program must be maintained regarding the achievements that have been obtained. The achievements of the Itenas Electrical Engineering S1 Study Program can invite prospective students to continue their studies in the Itenas Electrical Engineering S1 Study Program. The number of students who go up and down makes the Itenas Electrical Engineering S1 Study Program have to make improvements and improve quality so that the number of enthusiasts of the Itenas Electrical Engineering S1 Study Program can increase, so the research will be carried out using the brand association method.

Keywords: Export, Electrical Engineering, Brand Association, Brand Equity

1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan hal yang sangat penting untuk sebagian orang. Memiliki pendidikan yang bagus berguna untuk mencari pekerjaan yang layak. Perusahaan pada umumnya sudah menetapkan tingkat pendidikan yang minimal dimiliki adalah S1. Berkembangnya teknologi dan adanya revolusi industri 4.0 membuat banyak perusahaan membutuhkan sarjana teknik

untuk mampu menjalankan mesin produksi dengan internet. Salah satu program studi yang mampu mendukung adanya revolusi industri 4.0 adalah Teknik Elektro. Universitas swasta yang menyediakan S1 di daerah Bandung banyak sekali, salah satunya yaitu Institut Teknologi Nasional (Itenas). Itenas memiliki tiga Fakultas, salah satunya adalah Fakultas Teknologi Industri. Salah satu Program Studi yang ada di Fakultas Teknologi Industri adalah Teknik Elektro.

Teknik Elektro merupakan salah satu Program Studi yang penting untuk berkembangnya teknologi kedepannya. Menjadi salah satu Program Studi yang sudah ada sejak Itenas berdiri membuat Program Studi S1 Elektro Itenas sudah dikenal dikalangan masyarakat dan telah mendapat pencapaian prestasi yang di dapat adalah mahasiswa/I dan dosen aktif dalam organisasi Internasional *Institute of Electrical and Electronics Engineer* (IEEE) dan turut aktif dalam berbagai kompetisi Kontes Robot Indonesia (KRI) selain itu juga mahasiswa/I menjuarai kompetisi Taekwondo dan paduan suara tingkat internasional.

Kualitas yang dimiliki Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas harus dipertahankan terkait prestasi-prestasi yang sudah di dapat. Prestasi-prestasi yang dimiliki Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas dapat mengundang calon mahasiswa untuk melanjutkan studinya di Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas. Jumlah mahasiswa yang naik-turun membuat Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas harus melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas agar semakin baik dengan begitu jumlah peminat Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas dapat meningkat.

Basis pembedaan ini sangat penting karena basis pembeda ini akan digunakan bagi siswa SMA untuk memilih. Cara yang dapat dilakukan untuk menekankan basis pembeda adalah melalui *brand association*. Menurut Durianto (2001), *brand association* adalah segala kesan yang muncul di benak seseorang yang terkait dengan ingatannya mengenai suatu merek. Dengan demikian Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas harus bisa membangun *asosiasi* pada konsumen yaitu siswa SMA. Sehingga membuat konsumen selalu mengingat sebuah merek dari *asosiasi* yang diciptakan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Merek

Merek merupakan suatu aset yang sangat penting bagi sebagai perusahaan. Merek berbeda dari aktivitas lain, seperti paten dan hak cipta yang mempunyai batas waktu. Merek membedakan penjual produsen, atau produk dari penjual dengan produk dari produsen atau penjual lain. Merek mempunyai definisi yang beragam Atribut yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 49 atribut. Atribut ini ditentukan berdasarkan konsep keunggulan kompetitif Porter. Terdapat 6 aspek yang diukur berdasarkan konsep keunggulan kompetitif Porter, yaitu kondisi faktor; kondisi permintaan; industri terkait dan penunjang; strategi, struktur, dan persaingan perusahaan; kesempatan; dan pemerintah (Porter, 1990).

2.2 Brand Equity

Equity ekuitas berarti nilai. Nilai sebuah merek sebenarnya didapatkan dari kata-kata dan tindakan konsumennya. Keputusan pembelian konsumen didasarkan pada faktor-faktor yang menurut mereka penting, semakin banyak faktor yang dinilai penting maka merek tersebut dapat dikatakan sebagai merek yang bernilai. Aaker (1997) mendefinisikan *brand equity* atau ekuitas merek sebagai sejumlah aset dan kewajiban yang berhubungan dengan merek, namanya dan simbol, yang menambah atau mengurangi nilai produk atau jasa bagi perusahaan atau bagi pelanggannya.

2.2.1 Brand Association

Asosiasi merek adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan ingatan konsumen mengenai sebuah merek (Aaker, 1997). Keterkaitan pada merek akan lebih kuat jika dilandaskan pada banyak pengalaman atau penampakan untuk mengkomunikasikan merek tersebut. Suatu merek yang telah mapan akan memiliki posisi menonjol dalam persaingan bila didukung oleh berbagai asosiasi kuat. Berbagai asosiasi yang diingat konsumen dapat dirangkai sehingga membentuk kesan terhadap merek (*brand image*). Maka dapat disimpulkan *brand association* adalah berbagai asosiasi yang diingat konsumen dapat dirangkai sehingga membentuk kesan terhadap merek (*brand image*)

2.2.2 Hal Yang Perlu Dilakukan Brand Association

Menurut Aaker (1997) terdapat hal yang perlu dilakukan untuk elemen *brand association* apabila terdapat hasil perhitungan yang dapat dikatakan baik atau tidak baik. Hal ini dijadikan acuan untuk usulan perbaikan *brand association*. Tabel klasifikasi acuan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1 Klasifikasi Acuan Hasil Penelitian

Elemen	Hasil	Kriteria	Usulan
<i>Brand Association</i>	Baik	Sudah terbentuknya asosiasi suatu merek di mata konsumen	Menetapkan asosiasi utama
	Tidak Baik	Tidak adanya asosiasi yang terbentuk	Menciptakan asosiasi

2.3 Perilaku Pembeli Konsumen

Perilaku konsumen merupakan studi tentang cara individu, kelompok, dan organisasi dalam menyeleksi, membeli, menggunakan, dan memposisikan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler, 2005).

2.4 Pengujian Alat Ukur

Alat ukur dalam ilmu sosial sudah ada yang baku (standard) karena telah teruji validitas dan reliabilitasnya, tetapi banyak juga yang belum baku bahkan belum ada (Sugiyono, 2013). Alat ukur mempunyai peran penting dalam sebuah penelitian karena dengan pengukuran peneliti dapat menghubungkan konsepnya yang abstrak dengan realitas.

2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut valid, valid artinya kecepatan mengukur atau alat ukur tersebut tepat untuk mengukur sebuah variabel yang akan diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan dalam suatu daftar pertanyaan dalam mengidentifikasi suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan valid ketika pertanyaan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Cara menguji validitas adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba skala pengukur tersebut kepada beberapa responden.
3. Mempersiapkan tabel jawaban.

4. Menghitung korelasi antar masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus:

$$r_{tt} = \frac{(\sum x_i t_i) - (\sum x_i)(\sum t_i)}{\sqrt{[(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2][(\sum t_i^2) - (\sum t_i)^2]}} \quad (1)$$

Keterangan:

r_{tt} = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

x_i = Skor *item*

t = Skor total

2.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah keandalan alat ukur, sehingga reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun ke dalam bentuk kuesioner. Setelah dilakukan uji validitas maka harus dilanjutkan dengan menggunakan uji reliabilitas data. Alat ukur yang reliabel pasti terdiri dari item-item alat ukur yang valid. Sehingga setiap reliabel pasti valid. Namun, setiap yang valid belum tentu reliable. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

$$r_{11} = \left[\frac{n}{(n-1)} \right] \left[\frac{\sum x_i^2}{n^2} \right] \quad (3)$$

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas

n = Jumlah *item*

$\sum \sigma^2 x_i$ = Jumlah varian butir

2.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengidentifikasi informasi yang diperoleh dari konsumen (Singarimbun, 1989). Terdapat empat skala pengukuran yaitu:

1. Skala Nominal
Skala nominal merupakan skala sederhana yang disusun menurut jenis kategorinya atau fungsi bilangan hanya sebagai simbol untuk membedakan sebuah karakteristik lainnya. Dalam hal ini setiap jawaban diberi pengkodean berupa angka.
2. Skala Ordinal
Skala ordinal merupakan skala yang memungkinkan peneliti untuk mengurutkan respondennya dari tingkat terendah hingga tingkat yang paling tinggi menurut suatu atribut tertentu.
3. Skala Interval
Skala interval merupakan skala yang menunjukkan jarak antara satu data dengan data yang lainnya dan mempunyai bobot yang sama.
4. Skala Rasio

Skala rasio merupakan skala pengukuran yang mempunyai nilai nol mutlak dan mempunyai jarak yang sama.

Jenis skala pengukuran dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu:

1. *Skala Likert*
Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item *instrumen* yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item *instrumen* yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain : a. Sangat Setuju b. Setuju c. Ragu-ragu d. Tidak Setuju e. Sangat tidak setuju.
2. *Skala Guttman*
Skala pengukuran dengan tipe ini akan didapat jawaban yang tegas yaitu "ya-tidak", "benar-salah"; "pernah-tidak pernah"; "positif-negatif"; dan lain- lain. Data yang diperoleh dapat berupa data interval (dua alternatif) . Jadi kalau pada skala *likert* terdapat 3, 4, 5, 6, 7 interval, dari kata "sangat setuju"sampai "sangat tidak setuju", maka pada dalam skala *Guttman* hanya ada dua interval yaitu "setuju" atau "tidak setuju". Penelitian menggunakan skala *Guttman* dilakukan bila ingin mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan.
3. *Skala Guttman*
Skala pengukuran dengan tipe ini akan didapat jawaban yang tegas yaitu "ya-tidak", "benar-salah"; "pernah-tidak pernah"; "positif-negatif"; dan lain- lain. Data yang diperoleh dapat berupa data interval (dua alternatif) . Jadi kalau pada skala *likert* terdapat 3, 4, 5, 6, 7 interval, dari kata "sangat setuju"sampai "sangat tidak setuju", maka pada dalam skala *Guttman* hanya ada dua interval yaitu "setuju" atau "tidak setuju". Penelitian menggunakan skala *Guttman* dilakukan bila ingin mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan.
4. *Skala Semantic Diferensial*
Skala pengukuran ini berbentuk *semantic differential* dikembangkan oleh Osgood. Skala ini juga digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban "sangat positifnya" terletak dibagian kanan garis , dan jawaban yang "sangat negatifnya" terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval, dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/ karakteristik tertentu yang dipunyai oleh seseorang.
5. *Rating Scale*
Dengan *rating scale* data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif.
6. *Skala Thurstone*
Skala yang bertujuan untuk mengurutkan responden berdasarkan suatu kriteria tertentu. Ukuran yang dihasilkan skala ini hampir mendekati ukuran interval sehingga dapat digunakan analisis statistik.

2.6 *Sampling*

Kriyantono (2012) *sampling* adalah sebagian dari anggota populasi yang dipilih atau diteliti, yang ciri-ciri keberadaannya diharapkan mampu mewakili atau menggambarkan ciri-ciri

populasi yang sebenarnya. Penggunaan sampling dilakukan apabila penelitian terhadap populasi membutuhkan biaya yang besar, waktu yang lama, dan tenaga kerja yang banyak.

2.6.1 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* dibagi menjadi 2 yaitu:

1. *Probability sampling*

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yaitu setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel. Terdapat beberapa jenis *probability sampling* antara lain:

- a. *Sampling* acak sederhana
- b. *Sampling* Sistematis
- c. *Sampling* Berstrata
- d. *Cluster Sampling*

2. *Non Probability Sampling*

Non probability sampling adalah sampel yang tidak melalui teknik *random* (acak). Di sini semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, disebabkan pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh peneliti. Beberapa teknik sampel tak acak (*non probability sampling*), diantaranya sebagai berikut.

- a. *Sampling* Kuota (*Quota sampling*)
- b. Sampel Berdasarkan Kemudahan (*Available Sampling/Convenience Sampling*)
- c. *Sampling* Kebetulan (*Accidental Sampling*)

2.7 Cochran Q Test

Cochran Q test dilakukan untuk mengetahui taraf signifikansi hubungan setiap asosiasi pada merek yang diteliti. Asosiasi yang saling berhubungan akan membentuk *brand image* dari merek tersebut (Rangkuti, 2004). *Cochran Q test* digunakan pada data dengan skala pengukuran nominal untuk dua informasi terpisah. Adapun hipotesis dari *Cochran Q test* adalah sebagai berikut

H_0 : Kemungkinan jawaban "Ya" adalah sama untuk semua variabel (asosiasi).

H_1 : Kemungkinan jawaban "Ya" adalah tidak sama untuk semua variabel (asosiasi).

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Atribut Brand Association

Penyusunan atribut pertanyaan untuk kategori *brand association* berdasarkan penurunan atribut dari dimensi-dimensi *brand association* dan juga rekapan hasil kuesioner pendahuluan. Rekapan pertanyaan dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2.1 Atribut *Brand Association*

No	Item Pertanyaan
----	-----------------

1	Program Studi Teknik Elektro Itenas dikenal oleh masyarakat yang unggul dalam mendesain dan mengimplementasikan sistem di bidang teknik elektro.
2	Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki staf pengajar berkualitas, bergelar magister dan doktor lulusan dari universitas di dalam dan luar negeri.
3	Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki dosen dan mahasiswa yang berperan aktif dalam organisasi internasional.
4	Program Studi Teknik Elektro Itenas menghasilkan mahasiswa yang berprestasi dalam bidang akademik level internasional (IEEE). menganalisis dan melakukan optimasi permasalahan di berbagai bidang
5	Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki mahasiswa berprestasi dalam bidang olahraga, seni dan lainnya.

Tabel 2.2 Atribut *Brand Association* (lanjutan)

No	<i>Item Pertanyaan</i>
6	Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki program kunjungan ke luar negeri untuk mahasiswa.
7	Program Studi Teknik Elektro Itenas aktif dalam mengikuti kompetisi.
8	Program Studi Teknik Elektro Itenas sering mengadakan kuliah tamu dengan mengundang dosen atau praktisi dari dalam dan luar negeri.
9	Mahasiswa Program Studi Teknik Elektro Itenas banyak yang nilainya pas-pasan dan lama lulusnya.
10	Program Studi Teknik Elektro Itenas merupakan prodi yang inovatif.
11	Program Studi Teknik Elektro Itenas merupakan prodi yang Oke.
12	Program Studi Teknik Elektro Itenas mayoritas dosennya bersifat objektif terkait pemberian nilai.
13	Program Studi Teknik Elektro Itenas merupakan Program Studi terbaik.
14	Himpunan mahasiswa Program Studi Teknik Elektro Itenas merupakan himpunan yang keras.
15	Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki himpunan yang solid.
16	Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki variasi mata kuliah yang sulit dan mudah.
17	Kuliah Program Studi Teknik Elektro Itenas penuh tantangan.
18	Kuliah Program Studi Teknik Elektro Itenas menyenangkan.
19	Program Studi Teknik Elektro Itenas menarik.
20	Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki gedung yang susah signal.
21	Program Studi Teknik Elektro Itenas dosennya bervariasi (banyak yang murah nilai, tetapi banyak juga yang pelit nilai)
22	Program Studi Teknik Elektro Itenas prodi yang menghasilkan lulusan yang sukses dalam pekerjaannya.
23	Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki fasilitas yang baik dan canggih.

Tabel 2.3 Atribut *Brand Association* (lanjutan)

No	Item Pertanyaan
24	Program Studi Teknik Elektro Itenas dikenal sebagai prodi yang memiliki kualitas dalam bidang penelitian (memiliki jurnal penelitian terakreditasi B).
25	Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki dosen yang baik.
26	Program Teknik Elektro Itenas menghasilkan lulusan yang mempunyai kepekaan sosial dan dapat bekerjasama dengan baik.
27	Biaya Program Studi Teknik Elektro Itenas terjangkau.

3.2 Pengujian Alat Ukur

Pengujian alat ukur dilakukan terhadap hasil rekapitulasi kuesioner untuk tingkat kepentingan pelanggan sebanyak 30 responden. Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner tingkat kepentingan pelanggan, tahap selanjutnya dilakukan pengujian alat ukur yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas dihitung dengan cara membandingkan rhitung dengan rtabel. Apabila rhitung \geq rtabel, maka uji atribut dinyatakan valid. Nilai rtabel didapatkan sebesar 0,361 dengan taraf signifikan 5%.

Tabel 3. Uji Validitas

No Item	rhitung	rtabel	Keterangan	No Item	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,785	0,361	VALID	16	0,647	0,361	VALID
2	0,720		VALID	17	0,862		VALID
3	0,699		VALID	18	0,465		VALID
4	0,654		VALID	19	0,875		VALID
5	0,834		VALID	20	0,868		VALID
6	0,846		VALID	21	0,868		VALID
7	0,834		VALID	22	0,816		VALID
8	0,623		VALID	23	0,775		VALID
9	0,753		VALID	24	0,775		VALID
10	0,620		VALID	25	0,690		VALID
11	0,763		VALID	26	0,621		VALID
12	0,680		VALID	27	0,773		VALID
13	0,853		VALID				
14	0,897		VALID				
15	0,785		VALID				

2. Uji Reliabilitas

Nomor item atau atribut yang telah dinyatakan valid akan dilanjutkan ke perhitungan uji reliabilitas. Atribut dinyatakan reliabel ketika nilai *Cronbach Alpha* \geq 0,60. Uji reliabilitas dihitung menggunakan aplikasi SPSS dan dapat dilihat pada Tabel 4.4 Uji Reliabilitas.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.971	28

Berdasarkan *output* SPSS 17.0 didapat nilai Alpha Cronbach sebesar 0,971, jika nilai α lebih dari 0,6 , maka dapat dikatakan bahwa kuesioner tersebut reliabel.

3.3 Pengolahan Data Brand Associations

Pengolahan data untuk elemen *brand associations* adalah hasil dari 104 responden yang mengetahui Program Studi S1 Elektro Itenas. Berikut merupakan hasil rekapitulasi dari seluruh atribut yang telah melakukan Tes *Cochran* yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rekapitulasi Tes *Cochran* Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas

Pengujian	Q	χ^2 Tabel	Keterangan
Semua asosiasi	89,136	40,1133	Tolak H_0
Tidak ada asosiasi 18	77,092	38,8851	Tolak H_0
Tidak ada asosiasi 18,11	62,783	37,6525	Tolak H_0
Tidak ada asosiasi 18,11,13	52,162	36,4150	Tolak H_0
Tidak ada asosiasi 18,11,13,10	44,951	35,1725	Tolak H_0
Tidak ada asosiasi 18,11,13,10,21	38,679	33,9244	Tolak H_0
Tidak ada asosiasi 18,11,13,10,21,14	34,392	32,6706	Tolak H_0
Tidak ada asosiasi 18,11,13,10,21,14,28	32,239	31,4104	Tolak H_0
Tidak ada asosiasi 18,11,13,10,21,14,28,19	28,576	30,1435	Terima H_0

Pengujian Statistik dilakukan dengan menggunakan uji *Cochran*. Hasil uji *Cochran* akan dibandingkan dengan χ^2 tabel. Terima H_0 jika χ^2 tabel lebih besar dari hasil uji *Cochran*, jika χ^2 tabel lebih kecil dari hasil uji *Cochran* maka tolak H_0 , dan harus dilakukan pengujian kembali dengan mengurangi satu persatu atribut sampai χ^2 tabel lebih besar dari hasil uji *Cochran*. Pengisian kuesioner *brand association* terdiri dari 104 responden, Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa Tidak ada asosiasi 18,11,13,10,21,14,28 karena χ^2 tabel lebih kecil dari hasil uji *Cochran* maka tolak H_0 . Hasil uji *Cochran* terbentuk *brand association* di asosiasi 1,2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 15, 16, 17, 20, 22, 23, 24, 25, 26 dan 27.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang diperoleh adalah :

1. Asosiasi yang terbentuk pada *brand association* cukup baik karena terdapat asosiasi yang terbentuk yaitu :
 - a) Program Studi Teknik Elektro Itenas dikenal oleh masyarakat yang unggul dalam mendesain dan mengimplementasikan sistem di bidang teknik elektro
 - b) Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki staf pengajar berkualitas, bergelar magister dan doktor lulusan dari universitas di dalam dan luar negeri.
 - c) Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki dosen dan mahasiswa yang berperan aktif dalam organisasi internasional.

- d) Program Studi Teknik Elektro Itenas menghasilkan mahasiswa yang berprestasi dalam bidang akademik level internasional (IEEE). menganalisis dan melakukan optimasi permasalahan di berbagai bidang.
- e) Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki mahasiswa berprestasi dalam bidang olahraga, seni dan lainnya.
- f) Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki program kunjungan ke luar negeri untuk mahasiswa.
- g) Program Studi Teknik Elektro Itenas aktif dalam mengikuti kompetisi.
- h) Program Studi Teknik Elektro Itenas sering mengadakan kuliah tamu dengan mengundang dosen atau praktisi dari dalam dan luar negeri.
- i) Program Studi Teknik Elektro Itenas mayoritas dosennya bersifat objektif terkait pemberian nilai.
- j) Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki himpunan yang solid.
- k) Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki variasi mata kuliah yang sulit dan mudah.
- l) Kuliah Program Studi Teknik Elektro Itenas penuh tantangan.
- m) Program Studi Teknik Elektro Itenas menarik.
- n) Program Studi Teknik Elektro Itenas dosennya bervariasi (banyak yang murah nilai, tetapi banyak juga yang pelit nilai)
- o) Program Studi Teknik Elektro Itenas prodi yang menghasilkan lulusan yang sukses dalam pekerjaannya.
- p) Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki fasilitas yang baik dan canggih.
- q) Program Studi Teknik Elektro Itenas dikenal sebagai prodi yang memiliki kualitas dalam bidang penelitian (memiliki jurnal penelitian terakreditasi B).
- r) Program Studi Teknik Elektro Itenas memiliki dosen yang baik.
- s) Program Teknik Elektro Itenas menghasilkan lulusan yang mempunyai kepekaan sosial dan dapat bekerjasama dengan baik.

Namun, ada beberapa asosiasi yang memiliki stigma negatif yang terbentuk yaitu: Mahasiswa Program Studi Teknik Elektro Itenas banyak yang nilainya pas-pasan dan lama lulusnya. Saran yang diberikan dalam penelitian ini ditujukan untuk pihak Program Studi Teknik Elektro Itenas. Saran ini berdasarkan asosiasi yang terbentuk yang digunakan dan dianalisis agar dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi pihak Program Studi S1 Teknik Elektro Itenas sehingga dapat menarik minat anak siswa-siswi kelas 10,11 dan 12 Sekolah Menengah Atas sehingga *brand image* yang sudah ada menjadi lebih kuat lagi. Usulan perbaikan yang ada banyak berkaitan dalam pembuatan video perkenalan ataupun poster yang bisa disebar dengan mudah di media sosial dan lainnya dalam segi pemasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek Terjemahan Aris Ananda*. Jakarta: SPEKTRUM.
- Arikunto, S. (2005). *Prosedur Penelitian: Pendekatan Suatu Praktek Edisi Revisi*. Bandung: Rineka Cipta.
- Arimbi, T. (2018). *Usulan Peningkatan Brand Equity Program Studi Teknik Industri Itenas*. Bandung: Skripsi Program Studi Teknik Industri Institut Teknologi Nasional Bandung.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, & Sijinjak, Tony. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendi, S. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan tinggi. (2018). *Barang Akreditasi Program Studi Teknologi Nasional Bandung*. Bandung.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok.
- Kriyanto, R. (2021). *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada.
- Matondang, Z. (2009). *Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian Jurnal Tabularasa PPS Unimed* (Vol. 6).
- Rangkuti, F. (2022). *The Power Of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pusaka LP3ES.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.