

## **ABSTRACT**

The purpose of this study was to test previous research that want to know whether there is direct influence between the brand awareness on brand image. To obtain the information needed in this study, then conducted questionnaires to 100 respondents are freshmen and sophomores Maranatha Christian University, Bandung. Then analyzed quantitatively and processed using SPSS 12.0 for windows.

The results show that brand awareness has a negative influence on the formation of brand image. It is therefore important for companies to re-evaluate and continue to observe the development of its products in the market and continue to maintain its integrity so that any consumer feel confident and concerned with the company. Of those concerns will arise awareness of the brands of the company so it can establish a good image in consumer's minds.

Keywords: Brand Awareness and Brand Image

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji kembali dari peneliti terdahulu yaitu ingin mengetahui apakah benar terdapat pengaruh secara langsung antara kesadaran merek terhadap citra merek. Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden yaitu mahasiswa dan mahasiswi Universitas Kristen Maranatha, Bandung. Kemudian dianalisa secara kuantitatif dan diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for windows*.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kesadaran merek berpengaruh negatif terhadap pembentukan citra merek. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk mengevaluasi kembali dan terus mengamati perkembangan produknya di pasar serta menjaga integritasnya agar konsumen pun merasa percaya dan peduli terhadap perusahaan tersebut. Dari kepedulian tersebut akan timbul kesadaran terhadap merek-merek dari perusahaan sehingga dapat membentuk citra yang baik di benak konsumen.

Kata kunci: Kesadaran Merek dan Citra Merek

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	6
2.1 Rerangka Pemikiran .....	6
2.2 Teori Merek .....	6
2.3 Teori Ekuitas Merek .....	8
2.4 Teori Kesadaran Merek .....	8
2.5 Teori Citra Merek .....	9
2.6 Teori Loyalitas Merek .....	11
2.7 Persepsi Kualitas .....	11
2.8 Rerangka Teoritis .....	13
2.9 Pengembangan Hipotesis.....	13
BAB III METODA PENELITIAN.....	14
3.1 Model Penelitian .....	14

3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	14
3.3	Metoda Pengambilan Sampel .....	14
3.4	Metoda Pengumpulan Data .....	15
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Teknik Pengukuran Instrumen.....	16
3.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	16
3.7	Pengujian <i>Outliers</i> .....	17
3.8	Pengujian Normalitas .....	18
3.9	Metoda Analisis Data .....	18
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	20
4.1	Data.....	20
4.2	Pengumpulan Data.....	20
4.3	Deskripsi Responden .....	20
4.3.1	Responden Menurut Jenis Kelamin .....	20
4.3.2	Responden Menurut Usia .....	21
4.3.3	Responden Menurut Fakultas / Jurusan.....	22
4.3.4	Responden Menurut Tahun Angkatan .....	22
4.4	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	23
4.4.1	Hasil Pengujian Validitas .....	23
4.4.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	24
4.5	Pengujian <i>Outliers</i> .....	26
4.6	Asumsi Normalitas .....	27
4.7	Pengujian Regresi Sederhana .....	28
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN .....	31
5.1	Simpulan.....	31
5.2	Implikasi Manajerial.....	31
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	32

DAFTAR PUSTAKA .....	33
LAMPIRAN 1 KUESIONER .....	35
LAMPIRAN 2 PENGOLAHAN STATISTIK .....	38
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE).....	43

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Riset Terdahulu.....	6
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	21
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	21
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas / Jurusan.....	22
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	22
Tabel 4.5 Analisis Faktor.....	23
Tabel 4.6 Analisis Faktor.....	24
Tabel 4.7 Pengujian Reliabilitas Variabel X .....	25
Tabel 4.8 Pengujian Reliabilitas Variabel X .....	25
Tabel 4.9 Pengujian Reliabilitas Variabel Y .....	25
Tabel 4.10 Pengujian Reliabilitas Variabel Y .....	25
Tabel 4.11 <i>Multivariate Outliers</i> .....	26
Tabel 4.12 Pengujian Normalitas.....	27
Tabel 4.13 Pengujian Regresi .....	28
Tabel 4.14 Pengujian Regresi .....	28
Tabel 4.15 Pengujian Regresi .....	29