
ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini tumbuh dan berkembang sangat pesat khususnya pada bidang *retail fashion surfing*. Hal ini dapat dilihat dari persaingan yang tumbuh di antara perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang *retail fashion surfing* ini. PT.Abdi Solusi Utama (*Absolut Surf*) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang *retail fashion surfing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap minat beli konsumen pada *Absolu Surf* di Ciwalk Bandung. Variabel *brand image* terdiri dari *product attributes*, *consumer benefit*, *brand personality*, *user imagery*, dan *brand consumer relationship*, sedangkan variabel minat beli terdiri dari *attention*, *interest*, *desire*, dan *action*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan penjelasan yang bersifat deskriptif analisis dan verifikatif. Hasil analisis statistik menunjukkan adanya hubungan yang positif antara *brand image* terhadap minat beli konsumen sebesar 3,9% dan sisanya sebesar 96,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : *brand image* dan minat beli konsumen.

ABSTRACT

The development of the business world at this time to grow and develop very rapidly, especially in surf fashion retail industry. It can be seen from the growing competition between the companies engaged in this surf fashion retail. PT.Abdi Solusi Utama (Absolut Surf) is one company engaged in the field of fashion retail surf. This study aims to determine the influence of brand image against consumer purchase interest in Absolut Surf Ciwalk in Bandung. Brand image consists of product attributes, consumer benefits, brand personality, user imagery, and brand consumer relationships, while the purchase interest variables consist of attention, interest, desire, and action. The method used is survey with descriptive explanations of analysis and verification. Statistical analysis showed a positive relationship between brand image to consumer purchase interest of 3.9% and the balance of 96.1% influenced by other factors.

Keywords: brand image and consumers' buying interest.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.4 Produk10	
2.1.4.1 Pengertian Produk.....	10

2.1.4.2 Klasifikasi Produk	12
2.1.5 Merek	16
2.1.5.1 Pengertian Merek.....	16
2.1.5.2 Karakteristik Merek	19
2.1.5.3 Tipe – Tipe Merek	20
2.1.5.4 Manfaat Merek Dipandang Dari Sudut Pandang Produsen Dan Konsumen	21
2.1.5.5 Keputusan Strategi Merek.....	23
2.1.6 Brand Image.....	24
2.1.6.1 Definisi Brand Image	24
2.1.6.2 Faktor-Faktor Brand Image	25
2.1.6.3 Manfaat Brand Image	27
2.1.6.4 Indikator Yang Mempengaruhi Brand Image	27
2.1.6.5 Tolak Ukur Brand Image	28
2.1.7 Minat Beli	29
2.1.7.1 Pengertian Minat Beli	29
2.1.7.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	30
2.1.7.3 Unsur-Unsur Minat Beli	32
2.1.7.4 Karakteristik Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	34
2.1.7.5 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	39
2.1.7.6 Perilaku Pembelian Konsumen	41
2.1.8 Pengaruh Brand Image Terhadap Minat beli Konsumen	42
2.2 Kerangka Pemikiran	44
2.3 Pengembangan Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Sejarah Singkat <i>Absolut Surf</i>	46
3.2 Objek Penelitian	47
3.3 Jenis Penelitian.....	48
3.4 Jenis Dan Sumber Data.....	48
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	49
3.6 Populasi Dan Sampel.....	51
3.6.1 Metode Pengambilan Sampel	52
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.7.1 Kuesioner Dan Pengambilan Data	55
3.8 Analisis Data	56
3.8.1 Metode Analisis Data	56
3.8.2 Uji Validitas	57
3.8.3 Uji Reliabilitas	58
3.8.4 Analisis Regresi	58
3.8.5 Koefisien Determinasi.....	60
3.8.6 Kriteria Pengujian Hipotesis.....	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	62
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	63
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	65
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Per Bulan.....	67
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Produk Absolut Surf	68
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja Produk Absolute Surf Dalam 1 (satu) Bulan.....	69
4.2 Pernyataan Responden Mengenai Brand Image Produk Absolute Surf	70
4.2.1 Pernyataan Responden Mengenai Product Attributes Absolute Surf	70
4.2.2 Pernyataan Responden Mengenai Consumer Benefit Yang Diperoleh Dari Pemakaian Produk Absolut Surf.....	73
4.2.3 Pernyataan Responden Mengenai Brand Personalty Produk Absolut Surf.....	77
4.2.4 Pernyataan Responden Mengenai User Imagery Produk Absolute Surf....	79
4.2.5 Pernyataan Responden Mengenai Brand Consumer Relationship Produk Absolut Surf.....	81
4.3 Pernyataan Responden Mengenai Minat Beli Dalam Hubungannya Dengan Brand Image Absolut surf.....	83
4.4 Analisis Validitas dan Reliabilitas	86
4.4.1 Hasil Pengujian Validitas	87
4.4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	89

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	90
4.6 Analisis Akhir Pengaruh Brand Image Produk Absolut Surf Terhadap Minat Beli Konsumen.....	92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	94
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	95
5.2 Saran	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Karakteristik Konsumen	34
Tabel 3.1 Operasional Variabel X Dan Y	50
Tabel 3.2 Pembobotan Skala Likert.....	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Per Bulan.....	67
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Produk <i>Absolut Surf</i>	68
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja Produk <i>Absolut Surf</i> Dalam Satu Bulan	69
Tabel 4.8 Desain Sablon Produk Yang Ditawarkan <i>Absolut Surf</i> Sangat Beragam Dan Unik	70
Tabel 4.9 Bahan Kaos yang Ditawarkan <i>Absolut Surf</i> Sangat Beragam dan Nyaman	71
Tabel 4.10 Ukuran Kaos yang Ditawarkan <i>Absolut Surf</i> Sangat Beragam	72
Tabel 4.11 Jahitan Dari Produk yang Ditawarkan <i>Absolut Surf</i> Rapih.....	73
Tabel 4.12 Sablon dan Produk <i>Absolut Surf</i> Tahan Lama.....	74
Tabel 4.13 Dengan Memakai Produk <i>Absolut Surf</i> , Orang lain Yang Melihat Saya Akan Terkesan	75

Tabel 4.14 Dengan Menggunakan Produk Absolut Surf Saya Akan Merasa Percaya Diri	76
Tabel 4.15 Saya Mendapatkan Kesan Bahwa Merek Absolut Surf Imajinatif	77
Tabel 4.16 Saya Mendapatkan Kesan Bahwa Merek Absolut Surf Eksklusif	78
Tabel 4.17 Saya Mendapatkan Kesan Bahwa Orang Yang Menggunakan Produk Absolut Surf Adalah Orang-orang Yang Perduli Pada Penampilan.....	79
Tabel 4.18 Saya Mendapatkan Kesan Bahwa Orang Yang Menggunakan Produk Absolut Surf Adalah Orang Yang Trendy	80
Tabel 4.19 Produk Absolute Surf Menggoda Untuk Dimiliki	81
Tabel 4.20 Harga Produk Absolut Surf Sesuai Dengan Daya Beli Saya Sebagai Target Pasarnya	82
Tabel 4.21 Perhatian Responden terhadap Produk Absolut Surf	83
Tabel 4.22 Ketertarikan Responden terhadap Produk Absolut Surf.....	84
Tabel 4.23 Tingkat rasa ingin memiliki produk Absolut Surf	85
Tabel 4.24 Tingkat frekuensi pembelian Absolut Surf	86
Tabel 4.25 Hasil Perhitungan Validitas Variabel Brand Image	88
Tabel 4.26 Hasil Perhitungan Validitas Variabel Minat Beli.....	89
Tabel 4.27 Hasil Pengujian Reliabilitas	90
Tabel 4.28 Tabel Tingkat Signifikansi Brand Image.....	91
Tabel 4.29 Tabel Tingkat Pengaruh (Koefisien Determinasi) Brand Image Produk Absolut Surf Terhadap Minat Beli	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	40
Gambar 2.2 Perilaku Pembelian Konsumen	42
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	99
Lampiran 2 Hasil Karakteristik Responden	105
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Uji Validitas.....	108
Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linier Dan Uji Koefisien Determinasi.....	111
Lampiran 5 Surat Pernyataan.....	113