

Abstrak

Persaingan pada bisnis rekaman saat ini sangat ketat, di mana masing-masing perusahaan terus berlomba untuk dapat menciptakan varian jasa dan produk yang bermacam-macam, unik dan unggul. Saat ini peranan merek bukan lagi sekedar sebagai nama. Merek memudahkan konsumen dalam mengingat, mengenali, dan memilih sehingga akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk yang diinginkannya. Apabila suatu produk telah memiliki identitas merek yang jelas maka hal tersebut akan berdampak pada penciptaan citra merek (*brand image*), bagaimana konsumen memandang sebuah merek dan mempersepsikannya di dalam pikirannya. Dalam jangka panjang, citra merek perusahaan yang dijaga sebaik mungkin akan menarik keputusan pembelian konsumen sehingga hal tersebut bisa dijadikan sebagai aset perusahaan.

Salah satu perusahaan rekaman yang mempunyai merek terkenal adalah Cronik Records. Cronik Records saat ini selalu mengeluarkan varian jasa dan produk. Perusahaan rekaman ini juga selalu mengikuti perkembangan dengan menambah berbagai paket-paket rekaman yang memudahkan konsumen untuk menentukan mana yang sangat dibutuhkan oleh konsumen.

Skripsi ini dibuat untuk mencari tahu bagaimana upaya yang dilakukan Cronik Records dalam mengelola citra mereknya, bagaimana tanggapan konsumen terhadap citra merek Cronik Records, bagaimana minat beli konsumen terhadap Cronik Records, dan apakah ada hubungan positif antara citra merek - terhadap minat beli konsumen di Cronik Records. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode survey, wawancara dan catatan perusahaan yang bersangkutan. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 67 responden.

Pada penelitian ini penulis menggunakan korelasi *Spearman* untuk menghitung besarnya pengaruh citra merek Cronik Records terhadap minat beli konsumen. Dari perhitungan diperoleh hasil r_s sebesar +0,526. nilai tersebut berarti citra merek Cronik Records dengan minat beli konsumen terdapat korelasi yang cukup kuat dan bernilai positif. Dan uji t untuk menguji hipotesanya dan mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan positif antara citra merek terhadap minat beli konsumen di Cronik Records.

Dari hasil penelitian ini penulis dapat menyarankan beberapa hal yang dapat membantu dalam membentuk persepsi yang positif terhadap citra merek Cronik Records yaitu penayangan iklan diberbagai media cetak maupun elektronik guna menambah pangsa pasar dan menguatkan citra Cronik Records itu sendiri. Sehingga pada akhirnya hal-hal diatas mampu meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: merek, citra merek, minat beli konsumen.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
1.6 Metodologi Penelitian.....	13
1.6.1 Jenis Penelitian.....	13
1.6.3 Sumber Data.....	13
1.6.3 Variabel Penelitian.....	13
1.6.4 Teknik Sampling.....	13
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	14

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Auditing.....	15
2.1.1 Pengertian Auditing.....	15
2.1.2 Audit Atas Laporan Keuangan.....	17
2.1.3 Tujuan Audit Atas Laporan Keuangan.....	18
2.1.4 Standar Auditing.....	20
2.2 Laporan Keuangan.....	22
2.2.1 Pengertian Laporan Keuangan.....	22
2.2.1	

BAB III METODE PENELITIAN.....54

3.1	Objek
Penelitian.....	54
3.1.1 Struktur Organisasi.....	54
3.1.2 Produk dan Jasa dari Cronik Records.....	56
3.2 Jenis Penelitian.....	59
3.3 Oprasional Variabel.....	59
3.4 Teknik Penentuan Sampel.....	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5.1 Skala Likert.....	63
3.5.2 Validitas.....	64
3.5.3 Realibilitas.....	66
3.6 Analisis Data.....	68

3.6.1 Koefisien Rank Spearman.....	69
3.6.2 Pengujian Hipotesis.....	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Profil Responden.....	73
4.2 Analisis Penilaian Responden Terhadap Citra Merek Cronik Records.....	76
4.2.1 Atribut Produk.....	77
4.2.2 Manfaat yang Diperoleh Konsumen.....	80
4.2.3 Kepribadian Merek.....	84
4.2.4 Perumpamaan Pemakai.....	86
4.2.5 Asosiasi Perusahaan.....	87
4.2.6 Hubungan Antara Merek Dengan Konsumen.....	91
4.2.7 Kesimpulan Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek Cronik Records.....	97
4.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Minat Beli yang Timbul Melalui Citra Merek Cronik Records.....	102
4.4 Analisis Penilaian Terbuka Bagi Responden.....	106
4.5 Pembahasan Hubungan Positif Antara Citra Merek Terhadap Minat Beli Di Cronik Records.....	107
4.5.1 Koefisien Korelasi.....	107
4.5.2 Pengujian Hipotesis.....	108

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	112
5.3 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	117
DAFTAR RIWAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	123

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 1	4 Komponen P Dalam Bauran Pemasaran.....	13
Gambar 2	Model Keputusan Pembelian.....	42
Gambar 3	Lima Tahap Keputusan Pembelian.....	43
Gambar 4	A.I.D.A.....	46
Gambar 5	Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 6	Struktur Organisasi.....	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Empat Jenis Perilaku Pembelian.....40
Tabel II	Bagan Teori.....48
Tabel III	Variabel Oprasional.....59

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran A	Daftar Produk dan Jasa Cronik Records.....	56
Lampiran B	Kuisisioner.....	64
Lampiran C	Tabel T.....	73
Lampiran D	Perhitungan X.....	110