

ABSTRACT

World of entertainment that made the most of livelihood guarantee the life led many young artists emerging and caused many more senior artists began to decline or even have not often appear in the entertainment, the senior artists was trying to start a business using the brand name of they own.

Purpose of they study was to determine how much the level of sensitivity and the response from consumers to the brand extension in Inul Vizta Bandung.

Subjects were used by the family karaoke Inul Vizta in Bandung, the research method use is the method of data analysis using sensitivity analysis formulas.

Result of research using sensitivity analysis which states that the name of an artists does not affect the extension of the brand new.

Key word : Brand extension, Stimuli, respons, sensitivity

ABSTRAK

Dunia entertain yang dijadikan mata pencarian yang paling menjamin kehidupan menyebabkan banyak artis-artis muda bermunculan hal ini menyebabkan banyak artis yang lebih senior mulai menurun atau bahkan sudah tidak eksis lagi di dunia entertain, maka artis senior ini mencoba membuka usaha dengan memakai merek nama artis yang bersangkutan (*brand extension*).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat sensitivitas dan arah respon dari konsumen terhadap perluasan merek (*brand ekstension*) Inul Vizta di Bandung

Objek penelitian yang digunakan Karaoke Keluarga Inul Vizta di Bandung, metode penelitian yang dipakai adalah metode analisis data dengan memakai rumus analisis sensitivitas

Hasil penelitian menggunakan analisis sensitivitas yang menyatakan bahwa nama seorang artis tidak mempengaruhi *brand extension* dari namanya

Kata kunci: brand extension, stimuli, respon, sensitivitas.

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS

2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	6
2.2 Model Perilaku Konsumen	8
2.3 Respon Konsumen	11
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	11
2.3.2 Hubungan Respon Konsumen dan Perilaku Konsumen.....	11
2.3.3 Dimensi-dimensi Respon	12
2.3.4 Presepsi Konsumen.....	15
2.4 Merk	16
2.4.1 Strategi Merk.....	17
2.4.2 Perluasan Merk (<i>Brand Extension</i>).....	19
2.4.3 Keuntungan dan Kerugian Perluasan Merk.....	20
2.4.4 Hubungan antara konsep.....	21
2.5 Stimulus Kerangka berpikir.....	22

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian Penelitian.....	24
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	26
3.5 Metode Analisis Data.....	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....30

4.1. Hasil Penelitian	30
4.1.1. Analisis Profil Responden.....	30
4.1.2. Analisis Screening Question.....	36
4.1.3 Analisis Respon Pada Inul.....	41
4.1.4 Analisa Respon Pada Karaoke Inul Vizta.....	48
4.1.5 Analisa Respon Pada Stimuli Inul Daratista.....	54
4.1.6 Analisa Respon Pada Stimuli Inul Vizta.....	60
4.2 Pembahasan Penelitian Analisa Sensitivitas.....	66
4.2.1 Kekuatan Respon Brand Extension Dari Inul Daratista ke Inul Vizta Karaoke.....	66
4.2.2 Perhitungan Perubahan.....	72
4.3.3 Sensitivitas Respon Konsumen Terhadap <i>Brand Extension</i> Inul Daratista.....	74
4.3 Peneliti Terdahulu.....	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Simpulan	78
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE).....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Brand Strategi.....	19
Gambar 2 Kerangka Berpikir.....	23

DAFTAR TABEL

Tabel 4-1	Komposisi Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4-2	Komposisi usia responden.....	31
Tabel 4-3	Komposisi Pendapatan.....	33
Tabel 4-4	Komposisi pendidikan.....	35
Tabel 4-5	Tanggapan responden apakah anda pernah nonton film Inul Daratista.....	37
Tabel 4-6	Tanggapan responden apakah anda pernah mendengarkan lagu Inul Daratista.....	37
Tabel 4-7	Tanggapan responden apakah anda pernah beli CD album Inul Daratista.....	38
Tabel 4-8	Tanggapan responden apakah anda pernah menonton sinetron Inul Daratista.....	39
Tabel 4-9	Tanggapan tentang apakah anda sering menonton gossip tentang Inul Daratista.....	39
Tabel 4-10	Tanggapan tentang apakah mengetahui acara – acara Inul Daratista yang tidak dipublikasikan.....	40
Tabel 4-11	Tanggapan tentang apakah anda pernah datang untuk berkaraoke ke InulVista.....	41
Tabel 4-12	Tanggapan responden terhadap anda mengetahui tentang Inul Daratista.....	41

Tabel 4-13 Tanggapan reponden anda mengetahui informasi segala kegiatan Inul Daratista.....	43
Tabel 4-14 Tanggapan responden terhadap anda suka pada artis Inul Daratista.....	44
Tabel 4-15 Tanggapan responden terhadap anda memiliki kecenderungan pada Inul Daratista dibandingkan artis lain.....	45
Tabel 4-16 Tanggapan responden terhadap anda percaya atau yakin pada Inul Daratista mengenai segala hal.....	46
Tabel 4-17 Tanggapan responden terhadap anda selalu mengkonsumsi segala bentuk aktivitas artis Inul Daratista bahkan mempromosikannya.....	47
Tabel 4-18 Tanggapan responden terhadap anda mengetahui tentang karaoke keluarga Inul Vizta.....	48
Tabel 4-19 Tanggapan reponden anda mengetahui informasi segala kegiatan karaoke keluarga Inul Vizta.....	49
Tabel 4-20 Tanggapan responden terhadap anda suka pada karaoke Inul Vizta.....	50
Tabel 4-21 Tanggapan responden terhadap anda memiliki kecenderungan pada karaoke keluarga Inul Vizta dibandingkan tempat karaoke keluarga lainnya.....	51
Tabel 4-22 Tanggapan responden terhadap anda percaya atau yakin pada karaoke keluarga Inul Vizta dalam segala hal.....	52

Tabel 4-23	Tanggapan responden terhadap anda selalu mengkonsumsi segala bentuk aktivitas karaoke keluarga Inul Vizta bahkan mempromosikannya.....	53
Tabel 4-24	Tanggapan responden terhadap artis Inul Daratista mudah diingat, dikenali dan memiliki ciri khas (goyang ngebor).....	54
Tabel 4-25	Tanggapan responden terhadap informasi tentang Inul Daratista tersedia dan sangat jelas sehingga mudah dinikmati.....	55
Tabel 4-26	Tanggapan responden terhadap artis Inul Daratista merupakan nama artis favorit sehingga disukai atau diminati.....	56
Tabel 4-27	Tanggapan responden artis Inul Daratista merupakan nama artis yang banyak dipilih.....	57
Tabel 4-28	Tanggapan responden artis Inul Daratista merupakan nama yang memberikan rasa percaya atau keyakinan.....	58
Tabel 4-29	Tanggapan responden terhadap artis Inul Daratista banyak dikonsumsi di dunia hiburan.....	59
Tabel 4-30	Tanggapan responden terhadap karaoke keluarga Inul Vizta mudah diingat, dikenali dan memiliki ciri khas.....	60
Tabel 4-31	Tanggapan responden terhadap informasi tentang karaoke Inul Vizta tersedia dan sangat jelas sehingga mudah dinikmati.....	61
Tabel 4-32	Tanggapan responden terhadap karaoke keluarga Inul Vizta merupakan nama tempat karaoke keluarga favorit sehingga disukai atau diminati.....	62

Tabel 4-33 Tanggapan responden terhadap karaoke keluarga Inul Vizta merupakan nama tempat karaoke keluarga yang banyak dipilih.....	63
Tabel 4-34 Tanggapan responden karaoke keluarga Inul Vizta merupakan nama yang memberikan rasa percaya atau keyakinan.....	64
Tabel 4-35 Tanggapan responden terhadap karaoke keluarga Inul Vizta banyak dikonsumsi di dunia hiburan.....	65
Tabel 4-36 Kekuatan respon pada Inul Daratista.....	66
Tabel 4-37 Kekuatan respon pada Inul Vizta.....	67
Tabel 4-38 Kekuatan Stimuli Pada Inul Daratista.....	69
Tabel 4-39 Kekuatan Stimuli Pada Inul Vizta.....	70
Tabel 4-40 Perubahan Respon.....	72
Tabel 4-41 Perubahan Stimuli.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	80
Lampiran 2 Analisa Hasil Penelitian Kuesioner.....	
Lampiran 3 Analisa Sensitivitas.....	