

## ABSTRAK

Pakaian merupakan salah satu hal terpenting dalam kehidupan manusia selain kebutuhan pangan dan papan. Untuk itulah manusia berusaha menciptakan pakaian yang berfungsi untuk melindungi dan menutup tubuh mereka. Seiring dengan perkembangan jaman, pakaian bertambah fungsinya sebagai barang yang dapat mencerminkan status sosial pemakainya. Di kota-kota besar Indonesia saat ini dapat ditemui banyak toko yang menjual produk pakaian casual, formal, dan sebagainya. Perusahaan-perusahaan yang berasal dari luar negeri pun ikut masuk meramaikan pasar ritel pakaian di Indonesia dengan menawarkan merek-merek pakaian asing.

Sebagai perusahaan ritel pakaian casual, Giordano hadir ikut meramaikan pasar di Indonesia untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan pakaian casual lainnya. Penulis tertarik untuk meneliti bagaimana suatu ekuitas merek, dalam hal ini Giordano dapat memengaruhi niat beli seseorang. Ekuitas merek memiliki lima dimensi, yaitu kinerja (*performance*), citra sosial (*social image*), nilai (*value*), kejujuran (*trustworthiness*), dan komitmen (*attachment*).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif atau survei untuk mendapatkan hasil terhadap objek yang ingin diteliti. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data-data dari konsumen Giordano. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan program SPSS 12.00.

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa dimensi citra sosial dari ekuitas merek produk Giordano memiliki pengaruh dalam niat beli seseorang. Sedangkan dimensi lainnya seperti kinerja, nilai, kejujuran, dan komitmen tidak memiliki pengaruh yang berarti dalam memengaruhi niat beli seseorang.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa walaupun banyak masyarakat yang telah mengenal produk Giordano, perusahaan masih harus mengevaluasi dan selanjutnya meningkatkan ekuitas merek produknya melalui cara-cara yang lebih mendekati keinginan konsumennya, agar dapat meningkatkan niat beli konsumen terhadap produknya.

Kata kunci: Ekuitas merek, niat beli konsumen

## DAFTAR ISI

Abstrak .....	i
Kata Pengantar .....	ii
Daftar Isi .....	v
Daftar Gambar .....	viii
Daftar Tabel .....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kontribusi Penelitian .....	5
1.5 Rerangka Pemikiran .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Pemasaran .....	9
2.2 Bauran Pemasaran .....	10
2.3 Produk .....	12
2.4 Merek .....	13
2.5 Ekuitas Merek .....	14
2.5.1 <i>Consumer-Based Brand Equity</i> .....	16
2.5.2 Kinerja ( <i>Performance</i> ) .....	23
2.5.3 Citra Sosial ( <i>Social Image</i> ) .....	24
2.5.4 <i>Identification/ Attachment</i> .....	25
2.5.5 Nilai ( <i>Value</i> ) .....	26
2.5.6 Kejujuran ( <i>Trustworthiness</i> ) .....	26
2.6 Perilaku Konsumen .....	27
2.6.1 Proses Keputusan Pembelian .....	28
2.6.1.1 Peran Pembelian .....	29

2.6.1.2 Perilaku Pembelian .....	29
2.6.2 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan .....	32
2.7 Niat Beli .....	35
2.8 Hipotesis.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Metodologi Penelitian .....	37
3.1.1 Desain Penelitian.....	38
3.1.2 Pengukuran dan Operasionalisasi Variabel .....	39
3.1.3 Skala Pengukuran.....	41
3.1.4 Populasi dan Sampel .....	42
3.1.4.1 Kriteria Pemilihan Sampel .....	42
3.1.4.2 Metode Pengambilan Sampel.....	43
3.1.4.3 Jumlah Sampel .....	43
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.1.6 Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.1.6.1 Uji Validitas .....	46
3.1.6.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.1.7 Metode Analisa Data.....	49
3.1.7.1 Regresi Berganda.....	49
3.1.7.2 Uji F .....	50
3.1.7.3 Uji T.....	51
3.1.7.4 Kriteria Pengujian Hipotesis .....	51
3.1.7.5 Koefisien Determinasi .....	52
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Objek Penelitian.....	53
4.2 Profil Responden .....	56
4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	57
4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pertanyaan “Pernahkah Anda Mengetahui Produk Giordano?” .....	58

4.2.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah Atau Tidak Pernah Memakai Produk Giordano .....	59
4.3 Profil Pernyataan Responden .....	60
4.3.1 Tanggapan Responden Atas Kinerja Giordano (KN1).....	61
4.3.2 Tanggapan Responden Atas Kinerja Giordano (KN2).....	61
4.3.3 Tanggapan Responden Atas Kinerja Giordano (KN3).....	62
4.3.4 Tanggapan Responden Atas Citra Sosial Giordano (CS1).....	63
4.3.5 Tanggapan Responden Atas Citra Sosial Giordano (CS2).....	64
4.3.6 Tanggapan Responden Atas Citra Sosial Giordano (CS3).....	65
4.3.7 Tanggapan Responden Atas Citra Sosial Giordano (CS4).....	66
4.3.8 Tanggapan Responden Atas Citra Sosial Giordano (NI1) .....	67
4.3.9 Tanggapan Responden Atas Citra Sosial Giordano (NI2) .....	68
4.3.10 Tanggapan Responden Atas Citra Sosial Giordano (NI3).....	69
4.3.11 Tanggapan Responden Atas <i>Trustworthiness</i> Giordano (TR1).....	70
4.3.12 Tanggapan Responden Atas <i>Trustworthiness</i> Giordano (TR2).....	71
4.3.13 Tanggapan Responden Atas <i>Trustworthiness</i> Giordano (TR3).....	72
4.3.14 Tanggapan Responden Atas <i>Attachment</i> Giordano (AT1).....	73
4.3.15 Tanggapan Responden Atas <i>Attachment</i> Giordano (AT2).....	74
4.3.16 Tanggapan Responden Atas <i>Attachment</i> Giordano (AT3).....	75
4.4 Pernyataan Responden Terhadap Niat Beli Konsumen Giordano.....	76
4.4.1 Tanggapan Responden Atas Niat Beli Konsumen Giordano (Y1) .....	77
4.4.2 Tanggapan Responden Atas Niat Beli Konsumen Giordano (Y2) .....	77
4.4.3 Tanggapan Responden Atas Niat Beli Konsumen Giordano (Y3) .....	78
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	79
4.5.1 Uji Validitas.....	79
4.5.2 Uji Reliabilitas .....	82
4.6 Uji Regresi.....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	87
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	87

DAFTAR PUSTAKA ..... 89

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rerangka Pemikiran .....	7
Gambar 2.1 Elemen <i>Brand Equity</i> .....	20
Gambar 2.2 Empat Jenis Perilaku Konsumen.....	30
Gambar 2.3 Keputusan Pembelian .....	34

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Operasional.....	40
Tabel 3.2 Pemberian Bobot Menurut Skala Likert.....	41
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	58
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Pertanyaan “Pernahkah Anda Mengetahui Produk Giordano?”.....	59
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah Atau Tidak Pernah Memakai Produk Giordano.....	60
Tabel 4.6 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Kinerja Giordano (KN1).....	61
Tabel 4.7 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Kinerja Giordano (KN2).....	62
Tabel 4.8 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Kinerja Giordano (KN3).....	63
Tabel 4.9 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Citra Sosial Giordano (CS1).....	64
Tabel 4.10 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Citra Sosial Giordano (CS2).....	65
Tabel 4.11 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Citra Sosial Giordano (CS3).....	66
Tabel 4.12 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Citra Sosial Giordano (CS4).....	67
Tabel 4.13 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Nilai Giordano (NI1).....	68
Tabel 4.14 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Nilai Giordano (NI2).....	69
Tabel 4.15 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Nilai Giordano (NI3).....	70

Tabel 4.16 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang <i>Trustworthiness</i> Giordano (TR1).....	71
Tabel 4.17 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang <i>Trustworthiness</i> Giordano (TR2).....	72
Tabel 4.18 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang <i>Trustworthiness</i> Giordano (TR3).....	73
Tabel 4.19 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang <i>Attachment</i> Giordano (AT1) .....	74
Tabel 4.20 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang <i>Attachment</i> Giordano (AT2) .....	75
Tabel 4.21 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang <i>Attachment</i> Giordano (AT3) .....	76
Tabel 4.22 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Niat Beli Konsumen Giordano (Y1) .....	77
Tabel 4.23 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Niat Beli Konsumen Giordano (Y2) .....	78
Tabel 4.24 Karakteristik Pernyataan Responden Tentang Niat Beli Konsumen Giordano (Y3) .....	79
Tabel 4.25 Analisa Validitas Akhir KMO and <i>Bartlett's Test</i> .....	80
Tabel 4.26 Tabel Hasil Uji Validitas Awal <i>Rotated Component Matrix(a)</i> ....	81
Tabel 4.27 Tabel Hasil Uji Validitas Akhir <i>Rotated Component Matrix(a)</i> ...	82
Tabel 4.28 Pengujian Reliabilitas .....	83
Tabel 4.29 Tabel Regresi Pengaruh Ekuitas Merek Giordano Terhadap Niat Beli Konsumen di Universitas Kristen Maranatha, Bandung <i>Coefficients(a)</i> .....	84