

ABSTRAK

Personalitas merek merupakan hal yang mencerminkan kekuatan dari sebuah merek, maka dari itu banyak perusahaan mencoba melakukan pemasaran secara keseluruhan agar produknya dapat mencerminkan karakteristik pengguna produknya. Produk yang dapat mencerminkan personalitas merek akan semakin mudah dikenal masyarakat dan tentunya memberi keuntungan yang positif bagi produsen.

Dalam hal ini personalitas merek dibagi atas 5 dimensi yaitu, *Sincerity* (Ketulusan), *Excitement* (Kegembiraan), *Competence* (Handal), *Sophistication* (Berpengalaman), *Ruggedness* (Keras). Kelima dimensi personalitas merek diatas sering kali menjadi pengaruh bagi konsumen dalam memutuskan suatu pembelian sehingga dapat diukur berapa besar pengaruh personalitas merek terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penilaian personalitas merek oleh konsumen dan bagaimana personalitas merek mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk *iPod* yang diproduksi oleh *Apple*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara variabel Personalitas merek dengan variabel keputusan pembelian. Pengaruh personalitas merek Apple iPod terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 20 % sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian, personalitas merek merupakan aspek penting dalam menentukan keputusan pembelian pelanggan, sehingga semakin baik personalitas merek di mata pelanggan, akan semakin

menentukan keputusan pembelian dimana mereka akan cenderung mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

Banyak cara yang dapat dilakukan guna meningkatkan personalitas merek *Apple iPod* dalam pembelian konsumen. Salah satu cara yang dapat dilakukan dengan meningkatkan program promosi juga agar produk *Apple iPod* dapat diketahui oleh konsumen secara lebih baik, begitu juga dengan informasi mengenai kualitas dan layanan purna jual yang diberikan oleh *Apple iPod*. Diharapkan dengan cara demikian personalitas merek *Apple iPod* akan tertanam dalam benak konsumen.

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	 10
2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.2 Pengertian Merek.....	11
2.2.1 Manfaat Merek.....	13
2.2.2 Konsep Nilai Merek.....	16
2.2.3 Citra dan Jenis Merek.....	18

2.2.4 Elemen-Elemen Merek.....	20
2.2.5 Merek dalam Proses Pemasaran.....	22
2.2.6 Ekuitas Merek.....	23
2.2.7 Identitas Merek.....	27
2.2.8 Hubungan Antara Identitas Merek dan Citra Merek.....	27
2.2.9 Personalitas Merek.....	27
2.3 Keputusan Pembelian Konsumen.....	34
2.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	35
2.3.2 Keputusan Pembelian.....	41
2.3.3 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	43
2.3.4 Merek dan Proses Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen.....	48
2.4 Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Objek Penelitian.....	50
3.2 Metode Penelitian.....	51
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	54
3.2.3 Operasional Variabel.....	54
3.2.4 Teknik Analisis Data.....	58
3.2.5 Pengujian Hipotesis.....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Karakteristik Responden.....	62
4.2 Analisis Jawaban Responden.....	67
4.2.1 Personalitas Merek Apple iPod.....	67
4.2.2 Keputusan Pembelian.....	109
4.3 Keterbatasan Dalam Penelitian.....	113
4.4 Validitas dan Reabilitas.....	114
4.4.1 Validitas dan Reabilitas Personalitas Merek.....	114
4.4.2 Hasil Pengujian Reabilitas.....	116
4.5 Pengaruh Personalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk.....	117
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	120
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 122
5.1 Kesimpulan.....	122
5.2 Saran.....	125
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1 Elemen-elemen Merek.....	23
Tabel 3.1 Bobot Penilaian berdasarkan Skala <i>Likert</i> (Positif).....	55
Tabel 3.2 Bobot Penilaian berdasarkan Skala <i>Likert</i> (Negatif).....	55
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	58
Tabel 4.1 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Data Responden berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Data Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	66
Tabel 4.4 Data Responden berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel 4.5 Data Responden berdasarkan Pendapatan Rata-rata Perbulan	68
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Membumi.....	69
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Berorientasi Pada Keluarga.....	70
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Picik.....	71
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Jujur.....	72
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Tulus.....	73

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Sehati/Nyata.....	74
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Sehat.....	75
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Orisinal.....	76
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Riang.....	77
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Sentimentil.....	78
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Bersahabat.....	79
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Berani.....	80
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Trendi.....	81
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Gembira.....	82
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Bersemangat.....	83
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Mengagumkan.....	84

Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Muda.....	85
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Imajinatif.....	86
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Unik.....	87
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Terbaru (<i>Up To Date</i>).....	88
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Independen.....	89
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Kontemporer.....	90
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Dapat diandalkan.....	91
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Bekerja keras.....	92
Tabel 4.30. Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Aman/Terjamin.....	93
Table 4.31 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Cerdas.....	94
Table 4.32 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Terampil.....	95

Tabel 4.33 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Mampu Bekerja sama.....	96
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Sukses.....	97
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Pemimpin.....	98
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Percaya diri.....	99
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Berkelas atas.....	100
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Sangat mempesona.....	101
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Berpenampilan Menarik.....	102
Tabel 4.49 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Keren.....	103
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Feminim.....	104
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Halus.....	105
Tabel 4.43 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Suka di luar rumah.....	106

Tabel 4.44 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Maskulin.....	107
Tabel 4.45 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Barat/ <i>Western</i>	108
Tabel 4.46 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Keras.....	109
Tabel 4.47 Tanggapan Responden Mengenai <i>Apple Ipod</i> Memiliki	
Personalitas Merek Kasar.....	110
Tabel 4.48 Tanggapan Responden Mengenai	
Pengetahuan <i>Apple iPod</i> Mempengaruhi Kebutuhan Musik	
Konsumen.....	111
Tabel 4.49 Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan <i>Apple iPod</i>	
Mempengaruhi Pencarian Informasi Mengenai Produk	
<i>Apple iPod</i>	112
Tabel 4.50 Tanggapan Responden Mengenai Rancangan Personalitas	
Merek Mempengaruhi Pemakaian Produk <i>Apple</i>	
<i>iPod</i>	113
Tabel 4.51 Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Produk <i>Apple</i>	
<i>iPod</i> Disebabkan Kesan Terhadap Merek.....	114
Tabel 4.52 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Setelah	
Membeli Produk <i>Apple iPod</i>	115
Tabel 4.53 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	116

Tabel 4.54 <i>Rotated Component Matrix</i>	117
Tabel 4.55 <i>Reliability Statistics</i>	119
Tabel 4.56 <i>Coefficients</i>	120
Tabel 4.57 <i>Anova</i>	121
Tabel 4.58 <i>Model Summary</i>	122

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Model Hubungan Antara Brand Personality Terhadap Keputusan Pembelian.....	8
Gambar 2.1 Piramida Nilai Davis.....	21
Gambar 2.2 Model Perilaku Pembelian.....	38
Gambar 2.3 Model Pemrosesan Kognitif Pengambilan Keputusan Konsumen.....	45
Gambar 2.4 Proses Pembelian Model Lima Tahap.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Kuesioner
- Lampiran II : Pembobotan Kuesioner II
- Lampiran III : Pembobotan Kuesioner III
- Lampiran IV : Validitas dan Realibilitas
- Lampiran V : Hasil Regresi
- Lampiran VI : Berita Acara Bimbingan, Surat Pernyataan dan Data Penulis