

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh factor-faktor strategi perluasan merek terhadap citra merek. Penelitian ini menggunakan metode causal explanatory dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Data ini dikumpulkan dari 157 responden melalui survey berbasis kuesioner dengan kriteria yaitu konsumen yang mengetahui brand sportswear. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa factor-faktor strategi perluasan merek seperti Perceived Quality, Knowledge, Similarity, Attitude, memiliki pengaruh pada citra merek.

Kata kunci : Perluasan Merek, Perceived Quality, Knowledge, Similarity, Attitude, Brand Image.



ABSTRACT

This study aims to test and analyze the influence of brand extension strategy factors on brand image. This research uses causal explanatory method with purposive sampling sampling technique. This data was collected from 157 respondents through a questionnaire-based survey with criteria namely consumers who knew the sportswear brand. The results of this study indicate that the factors of brand extension strategies such as Perceived Quality, Knowledge, Similarity, Attitude, have an influence on brand image.

Keywords: Brand Expansion, Perceived Quality, Knowledge, Similarity, Attitude, Brand Image.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
SURAT KETERANGAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4 Kontribusi Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Manajemen Merek	6
2.1.2 Ekuitas Merek	8
2.1.3 CBBE (Customer Based Brand Equity)	8
2.1.4 Strategi Merek.....	9
2.1.5 Strategi Perluasan Merek	9

2.1.6 Citra Merek	11
2.1.7 Persepsi Kualitas	12
2.1.8 Pengetahuan Merek	13
2.1.9 Sikap Konsumen	13
2.2 Rerangka Teori	15
2.3 Rerangka Pemikiran	16
2.4 Model Penelitian dan Pengembangan Hipotesis	17
2.5 Riset Empiris	17

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Populasi, Sampel, Metode Pengambilan sampel dan Ukuran Sampel.....	49
3.2.1 Populasi	49
3.2.2 Sampel	49
3.2.1 Metode Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel	49
3.3 Definisi Operasional Variabel (DOV).....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5 Uji Pendahuluan	55
3.5.1 Uji Instrumen	55
3.5.1.1 Uji Validitas.....	55
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	57
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	58
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	58
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	59
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.5.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	63
3.6 Uji Hipotesis	63
3.7 Tabel Perbandingan	66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	67
4.1.1 Profil Responden.....	67
4.2 Hasil Uji Hipotesis Penelitian	68
4.3 Ringkasan Hasil Penelitian	69
4.4 Pembahasan	70

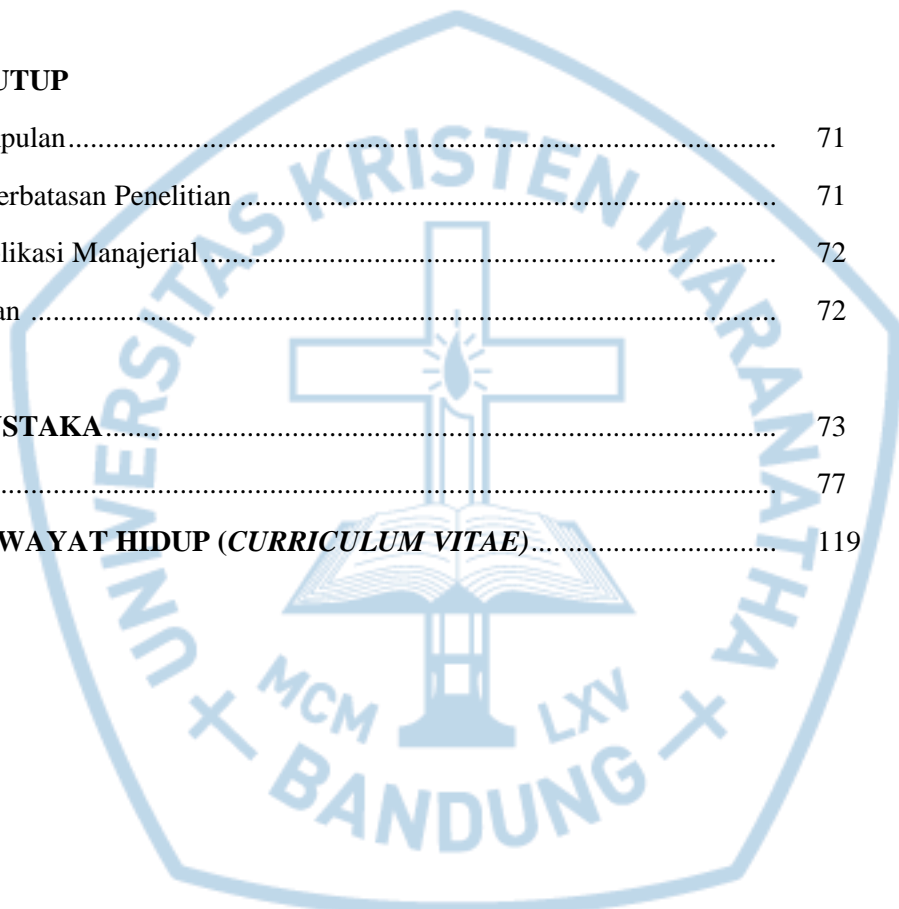
BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan.....	71
5.2 Keterbatasan Penelitian	71
5.3 Implikasi Manajerial.....	72
5.4 Saran	72

DAFTAR PUSTAKA	73
-----------------------------	----

LAMPIRAN	77
-----------------------	----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	119
---	-----



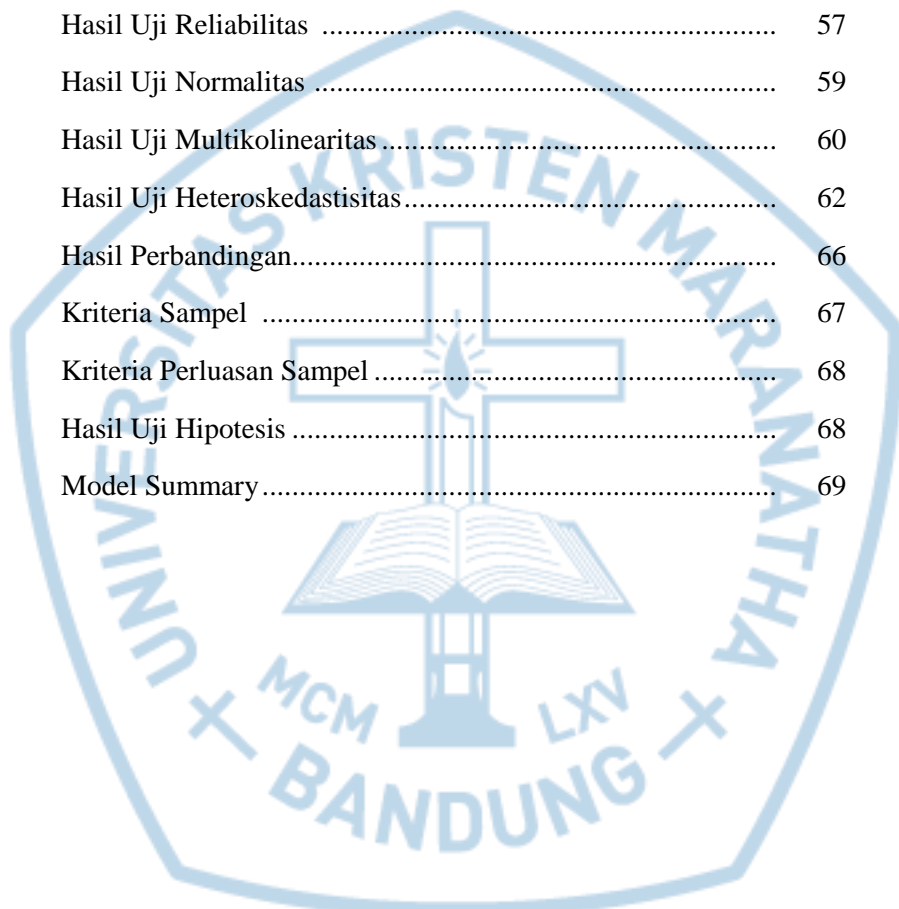
DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.2	Rerangka Teori.....	15
Gambar 2.3	Rerangka Pemikiran	16
Gambar 2.4	Model Penelitian	17
Gambar 4.3	Ringkasan Hasil Penelitian	69



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.5	Riset Empiris	17
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel (DOV)	50
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas	56
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 3.5	Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 3.7	Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 3.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
Tabel 3.9	Hasil Perbandingan	66
Tabel 4.1	Kriteria Sampel	67
Tabel 4.2	Kriteria Perluasan Sampel	68
Tabel 4.3	Hasil Uji Hipotesis	68
Tabel 4.4	Model Summary	69



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran A	Kuesioner	77
Lampiran B	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	80
Lampiran C	Uji Normalitas	95
Lampiran D	Profil Responden	107
Lampiran E	Uji Regresi Linier Berganda.....	114

