

## ABSTRAK

Dalam perkembangan industri alat musik di dunia, *Ibanez* merupakan salah satu pembuat gitar dari Jepang yang paling terkenal. Perusahaan gitar *Ibanez* di dirikan di Nagoya, Jepang pada tahun 1957 sebagai anak perusahaan Hoshino Gakki, importir alat musik jepang yang memulai gitar *Ibanez* untuk membuat model dan variannya tersendiri. Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah *purposive sampling*, yaitu merupakan metode penetapan sampel yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Menurut (Hair et all, 1998) menyatakan bahwa ukuran sampel paling sedikit 50 responden atau paling baik adalah lebih dari 100 responden. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 261 orang. Setelah melakukan pengujian signifikansi dan hipotesis, maka peneliti perlu melakukan pengujian *R Square* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) terhadap Citra Merek (*Brand Image*). Hasil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu adanya pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) terhadap Citra Merek (*Brand Image*) gitar bermerek *Ibanez*. Hal ini dapat dilihat lewat uji regresi sederhana (*R Square*) yang menunjukkan adanya pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) terhadap Citra Merek (*Brand Image*) sebesar 42,9%, serta 57,1% lainnya yang dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Kesadaran Merek (*Brand Awareness*), Citra Merek (*Brand Image*)

## ABSTRACT

In the development of musical instrument industry in the world, Ibanez is one of the guitar makers of Japan's most famous. Ibanez guitar company was founded in Nagoya, Japan in 1957 as a subsidiary of Hoshino Gakki, a Japanese musical instrument importer Ibanez started to create its own model and its variants. Sampling techniques that researchers use is purposive sampling, which is a method of determination of the sample based on certain criteria. According to (Hair et al, 1998) states that the sample size of at least 50 respondents or the best is more than 100 respondents. In this study samples that used as many as 261 people. After testing the significance and the hypothesis, then researchers need to test the R Square to find out how much influence on Brand Awareness Brand Image. The results of the research has been done of the impact on Brand Awareness, Brand Image Ibanez branded guitars. It can be seen through a simple regression test (RSquare) which shows the influence of Brand Awareness Brand Image for 42.9%, and 57.1% are influenced by other factors.

Key words: Brand Awareness, Brand Image

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Maksud & Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
1.4.1 Bagi akademisi .....	5
1.4.2 Bagi perusahaan .....	5
1.4.3 Bagi teman-teman mahasiswa .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Kajian Pustaka .....	6
2.1.1 Pemasaran .....	6
2.1.2 Merek .....	8
2.1.3 Ekuitas Merek .....	9
2.1.4 Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	10

2.1.5 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	11
2.1.6 Loyalitas Merek .....	13
2.1.7 Persepsi Kualitas.....	13
2.2 Rerangka Teoritis .....	16
2.3 Rerangka Pemikiran .....	17
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	18
2.5 Model Penelitian .....	18
BAB III METODE PENELITIAN .....	19
3.1 Jenis Penelitian .....	19
3.2 Populasi, Sampel & Teknik Pengambilan Sampel .....	20
3.2.1 Sampel .....	20
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	20
3.3 Definisi Operasional Variabel & Pengukuran Variabel .....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.5 Metode Analisis Data .....	24
3.5.1 Uji Reliabilitas .....	24
3.5.2 Uji Validitas .....	25
3.5.3 Uji Regresi .....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN .....	26
4.1 Hasil Penelitian .....	26
4.1.1 Karakteristik Responden .....	26
4.2 Analisis Hasil Uji Reliabilitas .....	30
4.3 Analisis Hasil Uji Validitas .....	31
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	33
4.5 Pembahasan.....	37
BAB V KESIMPULAN & SARAN .....	39
5.1 Kesimpulan .....	39
5.2 Saran .....	40

DAFTAR PUSTAKA .....	42
LAMPIRAN .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Rerangka Teoritis .....	16
Gambar 2	Rerangka Pemikiran .....	17
Gambar 3	Model Penelitian .....	18
Gambar 4	Hasil Uji Hipotesis Dalam Penelitian .....	36

## DAFTAR TABEL

Tabel I	Riset Terdahulu.....	15
Tabel II	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	21
Tabel III	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
Tabel IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel V	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	28
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Pemilihan Gereja.....	29
Tabel VII	Karakteristik Responden Berdasarkan Pemilihan Kota.....	29
Tabel VIII	Tabel <i>Cronbach's Alpha</i> .....	30
Tabel IX	<i>Correlations</i> .....	32
Tabel X	Anova.....	34
Tabel XI	Coefficients.....	35
Tabel XII	Uji Hipotesis.....	36
Tabel XIII	Model Summary.....	37

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Artikel-artikel .....	44
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian .....	81
Lampiran 3	Data Mentah .....	86
Lampiran 4	Hasil Pengujian Data SPSS .....	96
Lampiran 5	Data Pribadi .....	101