

*Brand Awareness, Brand Personality,
Dan Brand Culture Terhadap
Pembentukan Brand Image
International Optic*

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



Disusun oleh :

Nama : ELVIATI

Nim : 09221009

Program Studi : Manajemen

Dosen Pembimbing : Aris Sunandes, SE. MM.

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
KESUMA NEGARA
BLITAR
2013**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari

Nama : ELVIATI
N I M : 09221009
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

Brand Awareness, Brand Personality, Dan Brand Culture Terhadap Pembentukan Brand Image International Optical

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 1 Juli 2012 sampai dengan 10 Desember 2012 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut di atas.

Blitar, 10 Januari 2013

Pembimbing,



Aris Sunandes, SE., MM.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : ELVIATI
N I M : 09221009
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

Brand Awareness, Brand Personality, Dan Brand Culture Terhadap Pembentukan Brand Image International Optical

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 10 Januari 2013



Elviati

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dra. Moetanti
Jabatan : Direksi Marketing And Development
Perusahaan : International Optical
Alamat : Jl. Ir. H. Juanda III No. 10 B Jakarta Pusat

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Elviati
NIM : 09221009
Program Studi : Manajemen
Universitas : STIEKEN BLITAR

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsinya yang berjudul :
BRAND AWARENESS, BRAND PERSONALITY, DAN BRAND CULTURE, TERHADAP
PEMBENTUKAN BRAND IMAGE INTERNATIONAL OPTICAL.

Studi Kasus Pada Penelitian di International Optical DI Jl. S.W. Pranoto 25 Malang sejak tanggal
2 Juli 2012 sampai dengan tanggal 25 Agustus 2012, dan telah pula membahas materi hasil
penelitiannya dengan kami.

Jakarta, 21 Januari 2013

International Optical


Dra. Moetanti

Marketing & Logistik Manajer



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :


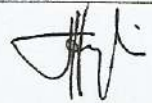

Brand Awareness, Brand Personality, Dan Brand Culture Terhadap Pembentukan Brand Image International Optical

Yang disusun oleh :

Nama : ELVIATI
N I M : 09221009
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 16 Maret 2013

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

NO.	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1.	Drs. S. Soetrisno. MM	Penguji I	
2.	Siti Sunrowiyati, SE. MM.	Penguji II	
3.	Aris Sunandes, SE., MM.	Penguji III	

Blitar, 16 Maret 2013

Pembimbing,



Aris Sunandes, SE., MM.



Ketua Program Studi,



Aris Sunandes, SE., MM.

ABSTRAKSI

BRAND AWARENESS, BRAND PERSONALITY, DAN BRAND CULTURE TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND IMAGE INTERNATIONAL OPTICAL

Elviati – 09221009

Kata Kunci : *brand awareness, brand personality, brand culture, brand image*

Identitas dan citra perusahaan terbentuk oleh keseluruhan persepsi dari stakeholders yang sudah ada maupun yang potensial seperti pelanggan, pemasok, karyawan, masyarakat umum, dan pemerintahan. Tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui pengaruh *brand awareness, brand personality, dan brand culture* terhadap *brand image* baik secara simultan maupun partial pada International Optical.

Hasil perhitungan memiliki nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,259. Artinya, Variabel *Brand Awareness, Brand Personality, Brand Culture*, mempengaruhi *Brand Image* sebesar 25,9% sedang sisanya yaitu 74,1% dipengaruhi oleh variabel lain atau diluar variabel bebas yang tidak diteliti. Pada pengujian ini besarnya F hitung sebesar 11,495. Nilai ini lebih besar dari F tabel 2,71 ($11,495 > 2,71$), ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak/ H_a diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *brand awareness, brand personality, dan brand culture* terhadap *brand image* secara simultan pada International Optical. Pada pengujian ini besarnya t hitung sebesar 3,117. Nilai ini lebih besar dari t tabel 2,010 ($3,117 > 2,010$) ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak/ H_a diterima. Artinya : Terdapat pengaruh yang signifikan *brand awareness* terhadap *brand image* pada International Optical, Pada pengujian ini besarnya t hitung sebesar 2,574. Nilai ini lebih besar dari t tabel 2,010 ($2,574 > 2,010$) ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak/ H_a diterima. Artinya : Terdapat pengaruh yang signifikan *brand personality* terhadap *brand image* pada International Optical. Pada pengujian ini besarnya t hitung sebesar 2,497. Nilai ini lebih besar dari t tabel 2,010 ($2,497 > 2,010$) ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak/ H_a diterima. Artinya : Terdapat pengaruh yang signifikan *brand culture* terhadap *brand image* pada International Optical. Variabel bebasnya pada regresi ini adalah *Brand Awareness (X1), Brand Personality (X2), Brand Culture (X3)* sedangkan variabel terikatnya adalah *Brand Image (Y)*. Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah : $Y = 3,717 + 0,816X_1 + 0,354X_2 + 0,333X_3$.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT dan karena dengan izin serta Rihidho-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul : *Brand Awareness, Brand Personality, Dan Brand Culture Terhadap Pembentukan Brand Image International Optical*. Penelitian ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut andil di dalamnya, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. H.S. Soetrisno, MM. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
2. Bapak Aris Sunandes, SE., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar
3. Bapak serta Ibu Dosen yang telah membekali ilmu semasa kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
4. Ibu Dra. Moetanti, selaku Direksi Marketing And Development Optik International.
5. Rekan-rekan mahasiswa dan mahasiswi yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat aku sebut satu persatu.
6. Semua saudara dan teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan tempat untuk berbagi suka dan duka hingga terselesaikannya penelitian ini.

Kesalahan dan ketidaksempurnaan adalah suatu kewajaran yang dimiliki setiap insan. Kesempurnaan hanyalah milik Allah Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih perlu penyempurnaan. Kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca, sangat penulis harapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Blitar, Januari 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAKSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	5
 BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Teori Penelitian.....	9

C. Hipotesis Penelitian	30
-------------------------------	----

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel	32
--	----

B. Populasi Dan Sampel	33
------------------------------	----

C. Jenis Penelitian	33
---------------------------	----

D. Metode Pengumpulan Data.....	34
---------------------------------	----

E. Teknik Analisa Data	35
------------------------------	----

F. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	38
-------------------------------------	----

BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

A. Data Perusahaan.....	39
-------------------------	----

B. Analisa Data.....	48
----------------------	----

C. Pembahasan.....	61
--------------------	----

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	66
---------------------	----

B. Saran	67
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran-lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	:	Uji Validitas	50
Tabel 4.2.	:	Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.3.	:	Uji Normalitas Distribusi	52
Tabel 4.4.	:	Uji Multikolinearitas VIF.....	53
Tabel 4.5.	:	Pengujian Autokorelasi	55
Tabel 4.6	:	Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4.7	:	Pengujian Hipotesis Simultan	57
Tabel 4.8.	:	Pengujian Hipotesis Partial	58
Tabel 4.9.	:	Hasil Analisis Regresi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. :	Piramida Kesadaran Merk.....	27
Gambar 4.1. :	Uji Heterokedastisitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi
- Lampiran 3 : Output spss