

## ABSTRAK

Melissa Hariyono dan Lucky Yudo Hartanto :

Skripsi

Analisa Pengaruh Brand Model Panasonic Terhadap Brand Awareness Dan Kesesuaian Karakter Brand Model Panasonic Dengan Brand Personality Produk Televisi Panasonic Dian Series Di Surabaya

Globalisasi yang telah melanda dunia, membuat persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat dan semakin sulit. Hal inilah yang mendorong P.T National Panasonic Gobel, yang bertanggung jawab atas pemasaran produk-produk elektronik dengan merek National maupun merek Panasonic, melakukan strategi pemasaran global, yaitu dengan merubah merek National untuk dilebur menjadi satu merek yaitu Panasonic. Perusahaan ini menggunakan iklan di berbagai media dan juga pemilihan Duta Panasonic sebagai bagian dari upaya mensosialisasikan perubahan merek ini. Pemilihan Duta Panasonic dilakukan dengan cara memilih seorang *public figure* untuk dijadikan sebagai *Brand Model* perusahaan. *Brand Model* adalah model yang dipilih oleh perusahaan sebagai ikon untuk mewakili merek perusahaan di masyarakat luas. Skripsi ini berisi penelitian tentang pengaruh *Brand Model* Panasonic terhadap *Brand Awareness* masyarakat pada produk televisi Panasonic Dian Series serta kesesuaian antara karakteristik dari *Brand Model* Panasonic dengan kepribadian merek (*Brand Personality*) dari televisi Panasonic Dian Series. Dalam skripsi ini respondennya adalah individu yang berada di Surabaya dan telah memiliki dan menggunakan televisi merek Panasonic Dian Series. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas *Brand Model* memberikan pengaruh secara signifikan terhadap *Brand Awareness* masyarakat dan terdapat kesesuaian antara karakteristik *Brand Model* panasonic dengan *Brand Personality* televisi merek Panasonic Dian Series.

Kata kunci : *Brand Model*, kredibilitas, *Brand Awareness*, *Brand Personality*

## ABSTRACT

Melissa Hariyono and Lucky Yudo Hartanto :

Minithesis

Effect Analysis of Panasonic Brand Model on Societies' Brand Awareness  
And Characteristic Conformance of Panasonic Brand Model With  
Television Brand Personality of Panasonic Dian Series In Surabaya City

Globalization has swept all over the world, it does make competition in business worlds get fiercer and fiercer as well more difficult. It has really prompted PT National Panasonic Gobel that was responsible for marketing electronic products whose brands were National and Panasonic, accomplishing a global marketing strategy namely changing National brand into one brand namely Panasonic. The company has applied advertisements in various media as well as selection of Panasonic Envoy as a part of socializing the brand change. The selection of Panasonic Envoy was carried out by way of selecting a public figure to be the company brand model. Brand model is a model selected by company as an icon to represent the company brand in societies at large. The minithesis contains researches on effects of Panasonic brand model into societies' brand awareness with brand personality of television of Panasonic Dian Series. In the minithesis, its respondents were individuals in Surabaya and had acquired and used television whose brand was Panasonic Dian Series. Research results indicated that credibility employment of Brand Model has provided significant effects on establishment of societies' brand awareness and conformance was found between characteristics of Panasonic brand model with that of television brand personality whose brand was Panasonic Dian Series.

Key Word : Brand Model, Credibility, Brand Awareness, Brand Personality

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
2. LANDASAN TEORI.....	5
2.1. Brand (Merek).....	5
2.2. Brand Awareness (Kesadaran Merek) .....	8
2.3. Brand Personality (Kepribadian Merek).....	11
2.4. Brand Associations (Asosiasi Merek).....	13
2.5. Brand Images (Citra Merek) .....	19
2.6. Produk .....	19
2.6.1. Consumer Products (Produk-Produk Konsumsi).....	21
2.6.2. Industrial Products (Produk-Produk Industri).....	21
2.7. Endorser (Pendukung).....	22
2.8. Keterkaitan Antar Konsep.....	26
2.9. Kerangka Pemikiran.....	29
2.10. Hipotesis.....	31
3. METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Jenis Penelitian.....	33
3.2. Gambaran Populasi .....	33
3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.4. Definisi Operasional.....	35

3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6. Teknik Analisis Data.....	40
4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	48
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	48
4.2. Analisa Data.....	49
4.2.1. Deskripsi Responden Penelitian.....	49
4.2.2. Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	54
4.2.3. Deskripsi Brand Model Panasonic .....	55
4.2.4. Analisa Faktor .....	60
4.2.5. Uji Asumsi Regresi Berganda.....	64
4.2.6. Analisa Regresi Berganda .....	67
4.2.7. Deskripsi Kepribadian Merek Televisi Panasonic Dian Series.....	72
5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1. Kesimpulan .....	74
5.2. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77
LAMPIRAN.....	79

## DAFTAR TABEL

4.1. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Faktor <i>Brand Model</i> .....	54
4.2. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Faktor <i>Brand Awareness</i> .....	54
4.3. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Faktor Pernyataan Kesimpulan...	54
4.4. <i>Descriptive Statistics</i> Butir <i>Credibility Brand Model</i> Panasonic 1.....	55
4.5. <i>Descriptive Statistics</i> Butir <i>Credibility Brand Model</i> Panasonic 2.....	56
4.6. <i>Descriptive Statistics</i> Butir <i>Credibility Brand Model</i> Panasonic 3.....	56
4.7. <i>Descriptive Statistics</i> Butir <i>Credibility Brand Model</i> Panasonic 4.....	57
4.8. <i>Descriptive Statistics</i> Butir <i>Credibility Brand Model</i> Panasonic 5.....	57
4.9. <i>Descriptive Statistics</i> Butir <i>Relevance Brand Model</i> Panasonic 1.....	58
4.10. <i>Descriptive Statistics</i> Butir <i>Relevance Brand Model</i> Panasonic 2.....	59
4.11. <i>Descriptive Statistics</i> Butir <i>Differentiation Brand Model</i> Panasonic ....	59
4.12. <i>Communalities</i> Analisa Faktor Butir Pernyataan Kesimpulan.....	60
4.13. <i>Total Variance Explained</i> Analisa Faktor Butir Pernyataan Kesimpulan .....	61
4.14. <i>Component Matrix</i> Analisa Faktor Butir Pernyataan Kesimpulan .....	61
4.15. <i>Communalities</i> Analisa Faktor Butir <i>Credibility Brand Model</i> .....	62
4.16. <i>Total Variance Explained</i> Analisa Faktor Butir <i>Credibility Brand</i> <i>Model</i> .....	62
4.17. <i>Component Matrix</i> Analisa Faktor Butir <i>Credibility Brand Model</i> .....	62
4.18. <i>Communalities</i> Analisa Faktor Butir Relevansi <i>Brand Model</i> .....	63
4.19. <i>Total Variance Explained</i> Analisa Faktor Butir Relevansi <i>Brand</i> <i>Model</i> .....	63
4.20. <i>Component Matrix</i> Analisa Faktor Butir Relevansi <i>Brand Model</i> .....	64
4.21. <i>Coefficients</i> Uji Asumsi Regresi Berganda <i>Multikolinieritas</i> .....	64

4.22. <i>Coefficient Correlations Uji Asumsi Regresi Berganda Multikolinieritas</i> .....	65
4.23. <i>Correlations</i> Analisa Regresi Berganda.....	67
4.24. <i>Variables Entered/Removed</i> Analisa Regresi Berganda.....	68
4.25. <i>Model Summary</i> Analisa Regresi Berganda.....	68
4.26. <i>ANOVA</i> Analisa Regresi Berganda .....	69
4.27. <i>Coefficients</i> Analisa Regresi Berganda.....	70
4.28. Kepribadian Merek Televisi Panasonic Dian Series.....	72

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Piramida Brand Awareness .....	9
2.2. Kerangka Pemikiran.....	29
4.1. Grafik Jenis Kelamin Responden.....	50
4.2. Grafik Usia Responden .....	50
4.3. Grafik Pekerjaan Responden.....	51
4.4. Grafik Lokasi Tempat Tinggal Responden .....	52
4.5. Grafik Lama Penggunaan Televisi Panasonic Dian Series .....	52
4.6. Grafik Media Informasi Mengenai Televisi Panasonic Dian Series.....	53
4.7. Gambar Grafik Uji Normalitas Regresi Berganda.....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner .....	79
2. Tabel Data Kuesioner.....	83
3. Tabel Data Kuesioner ( <i>Brand Personality</i> ) .....	85
4. Tabel <i>Factor Score</i> .....	87
5. Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas .....	88
6. Output SPSS Analisa <i>Descriptive Brand Model</i> .....	91
7. Output SPSS Analisa Faktor (Membuat <i>Factor Score</i> ).....	93
8. Output SPSS Uji Asumsi Regresi Berganda Multikolinieritas .....	95
9. Output SPSS Uji Asumsi Regresi Berganda Normalitas .....	97
10. Output SPSS Analisa Regresi Berganda .....	98
11. Tabel r Satu Sisi .....	100
12. Surat Keterangan Perolehan Data .....	101
13. Contoh Iklan Produk Televisi Panasonic Dian Series .....	102