



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP PEMBENTUKAN
BRAND EQUITY
(STUDI PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN DI JAKARTA)**

SKRIPSI

**IKE YULIANTI
NPM: 0606053560**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPOK
DESEMBER 2008**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP PEMBENTUKAN
BRAND EQUITY
(STUDI PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN DI JAKARTA)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

**IKE YULIANTI
NPM: 0606053560**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KEKHUSUSAN HUBUNGAN MASYARAKAT
DEPOK
DESEMBER 2008**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri,
Dn semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Ike Yulianti Sabariah

NPM : 0606053560

Tandatangan :

Tanggal : 9 Desember 2008

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Ike Yulianti Sabariah
NPM : 0606053560
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Pembentukan
Brand Equity (Studi Pada Kentucky Fried
Chicken di Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, Ms (.....)
Penguji : Prof. Dr. Harsono Suwardi , MA (.....)
Ketua Sidang : Dra.Askariani B. Hidayat, Msi (.....)
Sekertaris Sidang: Kinkin Yuliati, S.sos, Msi (.....)

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 9 Desember 2008

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT. Akhirnya penulis berhasil juga menyelesaikan skripsi ini dengan penuh susah payah, perjuangan, serta pengorbanan yang cukup besar. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu pengerjaan skripsi ini hingga selesai:

1. Ir. Wahyuni Pudjiastuti, MS yang dengan penuh kesabaran membimbing dan membantu penulis sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
2. Dra. Askariani B.Hidayat, Msi selaku ketua program sarjana ekstensi Fisip UI yang juga turut membantu penulis dalam memberi masukan, saran dan semangat.
3. Dra. Martini B Mangkoedipoero, Msi selaku sekretaris program sarjana ekstensi Fisip UI.
4. Pihak KFC, Bapak Adi selaku Public Relations KFC, yang telah membantu penulis mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini.
5. Temanku-temanku di ekstensi Humas UI, Dini, Agnes, Vina, Siska dan Santi atas kebersamaan kalian selama kurang lebih dua tahun ini. Andien, atas berbagai bantuannya. Mega yang telah berbaik hati menjadikan tempat kosnya sebagai tempat konsultasi. Serta teman-teman lain atas semangat dan dorongannya kepada penulis. *Gonna miss u all Girls..!*
6. Lau, Ivo, dan Unie, Ijo Lumuters yang selalu ada untuk menceriakan hari-hariku serta berbagai "wejangan" berharganya yang sangat memotivasi. Atiek, yang telah meminjamkan skripsinya jauh-jauh hari sebelum penulis belum memulai pengerjaan skripsi ini. Terima kasih banyak, penulis akhirnya berhasil menyusul kalian menjadi sarjana.
7. *My Lovely Maflin*, atas *support* yang tak pernah putus-putusnya, kesabarannya mendengar segala keluh kesah penulis, serta bantuan tulusnya menyebarkan kuesioner di sela-sela kesibukan kantor.

8. Seluruh pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan. Oleh karena, itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima segala saran dan kritik yang membangun.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis minta maaf jika ada kata-kata yang salah dan kurang berkenan. Kritik dan saran yang mendukung sangat penulis harapkan.

Jakarta, Desember 2008

IKE YULIANTI



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ike Yulianti Sabariah
NPM : 0606053560
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti *Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND
EQUITY (Studi Pada Kentucky Fried Chicken di Jakarta)**

beserta Perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 17 Desember 2008

Yang menyatakan

(Ike Yulianti Sabariah)

DAFTAR ISI

LEMBAR HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
2. KERANGKA TEORI	
2.1 Pengertian PR	7
2.2 <i>Brand Image</i>	11
2.3 Merek	17
2.3.1 Definisi Merek.....	17
2.3.2 Kekuatan Merek.....	18
2.4 Ekuitas Merek	19
2.5 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> dengan Ekuitas Merek	30
2.6 Hipotesa Teori	31
3. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Pendekatan Penelitian	33
3.3 Sifat Penelitian	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.5 Populasi dan Sampel	35
3.5.1 Populasi	35
3.5.2 Sampel	36
3.6 Teknik Penarikan Sampel	35
3.7 Unit Observasi dan Analisis	37
3.8 Hipotesa Penelitian	37
3.9 Hipotesa Statistik	37
3.10 Teknik Analisis dan Interpretasi Data	37
3.11 Keterbatasan Penelitian	39
3.12 Model Analisis	39
3.13 Operasionalisasi Konsep	40
3.14 Uji Reliabilitas dan Validitas	41
3.14.1 Uji Reliabilitas.....	42
3.14.2 Uji Validitas	46

4. PROFIL PERUSAHAAN	
4.1 Sejarah Perusahaan	50
4.2 Visi dan Misi	51
4.3 Bidang Usaha	51
4.4 Jaringan KFC Indonesia	53
4.5 <i>Public Relations</i> KFC	53
4.6 Penghargaan-Penghargaan KFC	54
4.7 Struktur Organisasi	56
5. ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA	
5.1 Analisis Univariat	58
5.1.1 Identitas Responden.....	58
5.1.2 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i>	63
5.1.3 Distribusi Frekuensi Variabel Ekuitas Merek.....	73
5.1.4 Hasil Secara Keseluruhan.....	79
5.2 Analisis Bivariat.....	79
5.2.1 Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Ekuitas Merek.....	80
5.2.2 Hubungan Kognitif, Afektif dengan Ekuitas Merek.....	81
5.3 Analisis Multivariat.....	82
5.4 Interpretasi Data	88
6. PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	97
6.2 Saran	98
.....	
DAFTAR REFERENSI	99

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

GAMBAR

Gambar V.1	Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar V.2	Grafik Responden Berdasarkan Usia	59
Gambar V.3	Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan	59
Gambar V.4	Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Gambar V.5	Grafik Responden Berdasarkan Pendapatan	61
Gambar V.6	Grafik Responden Berdasarkan Alasan Memilih KFC	62
Gambar V.7	Grafik Responden Berdasarkan Informasi KFC	63
Gambar V.8	Perolehan Hasil Kuesioner Dimensi Kognitif	66
Gambar V.9	Perolehan Hasil Kuesioner Dimensi Afektif	70
Gambar V.10	Perolehan Hasil Kuesioner Dimensi <i>Brand Awareness</i>	73
Gambar V.11	Perolehan Hasil Kuesioner Dimensi <i>Brand Association</i>	75
Gambar V.12	Perolehan Hasil Kuesioner Dimensi <i>Perceived Quality</i>	76
Gambar V.13	Perolehan Hasil Kuesioner Dimensi <i>Brand Loyalty</i>	78

TABEL

Tabel V.9	Interval Kelas	64
Tabel V.10	Jawaban Responden terhadap Dimensi (Kognitif)	65
Tabel V.11	<i>Descriptive Statistic</i>	68
Tabel V.11	Jawaban Responden terhadap Dimensi Afektif.....	69
Tabel V.13	<i>Descriptive Statistic</i>	72
Tabel V.14	Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Brand Awareness</i>	73
Tabel V.15	<i>Descriptive Statistic</i>	74
Tabel V.16	Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Brand Association</i>	75
Tabel V.17	<i>Descriptive Statistic</i>	76
Tabel V.18	Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Perceived Quality</i>	77
Tabel V.19	<i>Descriptive Statistic</i>	77
Tabel V.20	Jawaban Responden terhadap <i>Dimensi Brand Loyalty</i>	77
Tabel V.21	<i>Descriptive Statistic</i>	78
Tabel V.22	<i>Summary</i> Nilai Masing-masing Dimensi	79
Tabel V.23	<i>Correlations</i>	80
Tabel V.24	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	81
Tabel V.25	<i>Correlations</i>	81
Tabel V.26	<i>Model Summary</i>	83
Tabel V.27	Tabel Anova	83
Tabel V.28	Koefisien Regresi Linear Berganda	83
Tabel V.29	<i>Model Summary</i>	85
Tabel V.30	Tabel Anova.....	85
Tabel V.31	Koefisien Regresi Linear Berganda	85
Tabel V.32	<i>Model Summary</i>	86
Tabel V.33	Tabel Anova	87
Tabel V.34	Koefisien Regresi Linear Berganda	87