

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *ADVERTISING*
TERHADAP *FUTURE INTENTION* PELANGGAN
GARUDA INDONESIA REGIONAL JAKARTA**

SKRIPSI

**Nama : HERNITA MALIPUNGI
N I M : 43110110155**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

Pengaruh *Brand Awareness* dan *Advertising* terhadap *Future Intention* Pelanggan Garuda Indonesia Airlines Regional Jakarta

PROPOSAL SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : HERNITA MALIPUNGI
N I M : 43110110155



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hernita Malipungi

NIM : 43110110155

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Maret 2013



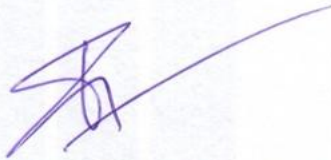
(HERNITA MALIPUNGI)
NIM 43110110155

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Hernita Malipungi
NIM : 431101101155
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness* dan *Advertising* terhadap *Future Intention* Pelanggan Garuda Indonesia Airlines Regional Jakarta

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi



(Arief Bowo Prayoga K., SE., MM.)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1



(Dr. Wiwik Utami, Ak., MS.)



(Dr. Rina Astini, SE.,MM.)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
Pengaruh *Brand Awareness* dan *Advertising* terhadap *Future Intention* Pelanggan
Garuda Indonesia Airlines Regional Jakarta

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Hernita Malipungi
43110110155

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 14 Maret 2013

Susunan Dewan Penguji
Ketua Dewan Penguji / Pembimbing Skripsi



(Arief Bowo Prayoga K, SE., MM.)

Anggota Dewan Penguji



(DR.Ir. Arisetyanto Nugroho, MM.)

Anggota Dewan Penguji



(Dra. Yuli Harwani, MM.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berbentuk skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Mercubuana, Jakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tiada hingganya kepada :

1. Bapak Arief Bowo Prayoga K. SE.MM selaku pembimbing dalam memberikan bimbingan, nasehat dan arahan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. Selaku rektor beserta para dosen dan seluruh karyawan/staf pegawai Universitas Mercubuana Jakarta atas bantuan yang diberikan selama penulis mengikuti studi.
3. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Orang tua penulis yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
4. Ucapan terima kasih dari penulis kepada rekan-rekan kerja PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk. – Pak Ipung, Pak Jaya, Pak Dodhi, Bu Sarah, Zulkifli, Swas, Teguh, Cory, Lydia, Anissa, Lysa, dan Fiona – dan teman-teman lain atas *support* nya dalam segala bentuk bantuan (waktu, transportasi, kuesioner, penghitungan SPSS, dll).
5. Ucapan terima kasih kepada teman-teman Kelas Karyawan Universitas Mercubuana dengan penuh persaudaraan menyemangati dan saling membantu

(Citra, Sestri, Olin, Dhala, Zulfikar, Hendra, Indra, Amel, Rony, Rochman, Najib).

6. Kepada para responden yang berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penulis
7. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Akhirnya hanya kepada Tuhan kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Jakarta, 14 Maret 2013

Penulis,

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
BABI PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	5
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Manajemen Pemasaran	8
2.1.1. Definisi Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2. Bauran Pemasaran	9
2.2. Produk.....	12
2.3. <i>Brand</i> (Merk)	16
2.4. <i>Brand Awareness</i>	18
2.5. Bauran Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication Mix</i>)....	23
2.6. <i>Advertising</i>	27
2.7. Teori Perilaku Konsumen	33
2.8. Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Jasa	36
2.9. <i>Future Intention</i>	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1. Obyek Penelitian	39
3.2. Profile PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk.....	39
3.3. Desain Penelitian	40
3.4. Hipotesis	41
3.5. Variabel dan Pengukurannya	41
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	44
3.7. Jenis Data.....	45
3.8. Populasi.....	45
3.9. Teknik Pengambilan Sampel	45
3.10 Metode Analisis Data.....	46
3.10.1 Analisis Data Kualitatif	46

3.10.2 Analisis Data Kuantitatif.....	47
3.10.2.1 Uji Validitas	47
3.10.2.2 Uji Reliabilitas	48
3.10.3 Analisis Regresi Berganda	49
3.10.4 <i>Uji Goodness of Fit</i>	49
3.10.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Gambaran Umum Responden	53
4.2. Variabel-Variabel Pertanyaan dengan Skala Likert.....	59
4.2.1 Variabel <i>Brand Awareness</i>	59
4.2.2 Variabel <i>Advertising</i>	61
4.2.3 Variabel <i>Future Intention</i>	62
4.3. Analisis Data	64
4.3.1 Uji Validitas.....	64
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	65
4.3 Analisis Regresi Berganda	66
4.4 <i>Uji Goodness of fit</i>	67
4.4.1 Uji t (Uji Parsial).....	67
4.4.2 Uji F (Uji Simultan)	69
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN 1 KUESIONER	75
LAMPIRAN 2 HASIL UJI REGRESI BERGANDA	78
LAMPIRAN 3 UJI PARSIAL (UJI T).....	79
LAMPIRAN 4 UJI ANOVA (UJI F)	80
LAMPIRAN 5 HASIL KOEFISIEN DETERMINASI	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Karakteristik Media	31
Tabel 3.1 Operasional Variabel-Variabel Penelitian	42
Tabel 4.1 Uji Validitas <i>Brand Awareness</i> dan <i>Advertising</i>	64
Tabel 4.2 Uji Validitas <i>Future Intention</i>	65
Tabel 4.3 Uji Realibilitas Variabel <i>Brand Awareness, Advertising, & Future Intention</i>	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Berganda	66
Tabel 4.5 Hasil Uji t (Uji Parsial)	68
Tabel 4.6 Hasil Uji F (ANOVA)	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penumpang yang Diangkut oleh Maskapai Penerbangan Terpilih 2010	3
Gambar 2.1 Variabel Bauran Pemasaran	10
Gambar 2.2 Piramida <i>Awareness</i>	20
Gambar 3.1 Model Penelitian	41
Gambar 4.1 Diagram Usia Responden	54
Gambar 4.2 Diagram Pekerjaan Responden	55
Gambar 4.3 Diagram Jenis Kelamin Responden	56
Gambar 4.4 Diagram Domisili Responden	57
Gambar 4.5 Diagram Pendapatan per Bulan Responden	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	75
Lampiran 2 Hasil Uji Regresi Berganda	78
Lampiran 3 Uji Parsial (Uji t)	79
Lampiran 4 Uji Anova (Uji F)	80
Lampiran 5 Hasil Koefisien Determinasi	81