

**PENGARUH MEREK BERBAHASA ASING DAN CITRA
MEREK TERHADAP INTENSI KEPERILAKUAN
KONSUMEN PRODUK J.CO DONUTS AND COFFEE**

SKRIPSI

Nama : Nira Warna

NIM : 43109010-190



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

**PENGARUH MEREK BERBAHASA ASING DAN CITRA
MEREK TERHADAP INTENSI KEPERILAKUAN
KONSUMEN PRODUK J.CO DONUTS AND COFFEE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Nira Warna

NIM : 43109010-190



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI



Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nira Warna
NIM : 43109010190
Program Studi : Manajemen – Strata 1

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 mendapatkan sanksi pembatalan skripsi ini apabila saya terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Agustus 2013



(Nira Warna)

NIM : 43109010190

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nira Warna
NIM : 43109010190
Program Studi : Manajemen – Strata 1
Judul Skripsi : Pengaruh merek berbahasa asing dan citra merek terhadap intensi keperilakuan konsumen pada produk J.CO Donuts and Coffee
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi



(Daru Asih, SE., M.Si)

UNIVERSITAS

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen–S1



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



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

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh merek berbahasa asing dan citra merek terhadap intensi berperilaku konsumen pada produk J.CO Donuts and Coffee

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Nira Warna

43109010190

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 21 Agustus 2013

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



(Daru Asih,SE.,M.Si)

Anggota Dewan Penguji



(Dra.Aty Herawati.,M.Si)

Anggota Dewan Penguji



(Tri Wahyono,SE.,MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul “Pengaruh merek berbahasa asing dan citra merek terhadap intensi berperilaku konsumen pada produk J.CO Donuts and Coffee”.

Penyusunan skripsi ini penulis laksanakan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan tugas akhir program strata satu dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan tuntunan Allah SWT dan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis menghaturkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Mama , Ayah tercinta dan keluarga adik, kaka abang, yang selalu mengiringi dalam doa, bimbingan, nasihat, kasih sayang, ilmu dan segalanya yang telah diberikan.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Wiwik Utami., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Rina Astini., SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
5. Luna Haningsih, MM dan Hesti Maheswari,SE.,M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu memberikan arahan dalam skripsi ini.
6. Zulfitri, MS, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan dukungan dan evaluasi perkuliahan di setiap semester.

7. Daru Asih,SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu dalam proses pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
8. Dra.Aty Herawati.,M.Si dan Tri Wahyono.SE.,MM selaku dosen penguji terima kasih atas kerja samanya sehingga skripsi ini dapat terlaksanakan dengan baik
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
10. Untuk my oyoy ryan yang perhatiannya luar biasa dan sudah sangat amat membantu serta selalu memberikan saran dan nasihatnya dan terima kasih telah mengisi hidup aku.
11. Untuk sahabat tercinta dan tersayang yang dari dulu setia berteman dengan dengan aku suka duka haha desi,yunita,firda,vidya
12. Untuk sahabat tercinta dan tersayang yang bekerja keras bersama menjalani hidup ini sehingga kita lulus bersama mia,ano,inggi
13. Dan juga kalian yang telah mebantu kautsar,Darwin,prio,kiki,imam serta teman-teman Manajemen reguler angkatan 2009 untuk semangat, keceriaan, dan kebersamaan selama ini.
14. Seluruh pihak yang telah membantu. Namun tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas doa dan motivasinya sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi sempurnanya skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca

Jakarta, 16 Agustus 2012

Penulis

NIRA WARNA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Definisi Pemasaran	7
2.2 Pengertian merek	8
2.3 Brand berbau asing lebih menjual	9
2.4 Teori pemberian merek berbahasa asing.....	12
2.5 Dimensi merek berbahasa asing	13
2.6 Pengertian citra merek	13

2.7	Peran merek.....	14
2.8	Cara membangun merek	15
2.9	Syarat-syarat memilih merek.....	18
2.10	Dimensi citra merek.....	19
2.11	Definisi intensi.....	20
2.12	Definisi perilaku konsumen	13
2.13	Dimensi intensi berperilaku konsumen	22
2.14	Penelitian terdahulu	23
2.15	Kerangka konseptual.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		25
3.1	Obyek Penelitian.....	25
3.1.1	Sejarah Singkat dan Profile.....	25
3.1.2	Visi misi Perusahaan.....	26
3.2	Desain Penelitian	27
3.3	Hipotesis Penelitian	27
3.4	Variabel dan Skala Pengukuran.....	28
3.5	Metode Pengumpulan Data	33
3.6	Jenis dan sumber Data	33
3.7	Populasi dan Sampel.....	34
3.7.1	Populasi	25

3.7.2 Sampel.....	26
3.7.2 Teknik pengambilan sampel.....	35
3.9 Metode Analisis Data.....	35
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Karakteristik Responden.....	41
4.1.1 Karakteristik Responden	
Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.2 Karakteristik Responden	
Berdasarkan Usia	47
4.1.3 Karakteristik Responden	
Berdasarkan frekuensi membeli	43
4.2 Uji validitas	43
4.3 Uji Reliabilitas.....	46
4.3 Uji deskriptif.....	47
4.3 Uji normalitas	82
4.3 Uji asumsi klasik	82
4.3 Uji analisis regresi linear berganda.....	82
4.3 Uji koefisien determinasi	83
4.3 Uji Hipotesis.....	84

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

TABEL 2.14	Penelitian terdahulu	2
TABEL 3.4.2	operasional variable X1	29
TABEL 3.4.2	operasional variable X1	29
TABEL 3.4.3	operasional variable X2	30
TABEL 4.1	Jenis kelamin	41
TABEL 4.2	Usia responden	42
TABEL 4.3	Frekuensi membeli.....	43
TABEL 4.4	Uji Validitas merek berbahasa asing	43
TABEL 4.5	Uji validitas citra merek.....	44
TABEL 4.6	Uji validitas intensi berperilaku konsumen	45
TABEL 4.7	Uji reliabilitas merek berbahasa asing	46
TABEL 4.8	Uji realibitas citra merek	47
TABEL 4.9	Uji reliabilitas intensi berperilaku konsumen	47
TABEL 4.46	Rekapitulasi persentasi karakteristik responden.....	75
TABEL 4.47	Rekapitulasi persentasi merek berbahasa asing.....	75
TABEL 4.48	Rekapitulasi persentasi citra merek	78
TABEL 4.49	Rekapitulasi persentasi intensi berperilaku konsumen.....	80
TABEL 4.50	Uji normalitas	83
TABEL 4.51	Uji autokorelasi	84
TABEL 4.52	Uji multikolonieritas	84
TABEL 4.53	Analisis regresi linear berganda	85
TABEL 4.54	Uji Koefisien Determinasi	86
TABEL 4.55	Uji t	87
TABEL 4.56	Uji F	88

TABEL GAMBAR

Gambar 2.8 <i>step for a chosing positioning strategy</i>	16
Gambar 4.1 Uji heteroskedestisitas	85

