

**ANALISIS ELEMEN *BRAND ASSOCIATION* (*PERCEIVED VALUE*,
BRAND PERSONALITY, *ORGANIZATION ASSOCIATION*)
TERHADAP *BRAND IMAGE GAMEQUARTERS*
VANGUARD DI SURABAYA**

TESIS

**TANTOMO SUHARIYANTO
8112407001**



NO. INDUK	
TEL. TERIMA	21-04-2009
STAMP	MM
NO. BUKU	
NO. KE	

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
JUNI 2008**

**ANALISIS ELEMEN *BRAND ASSOCIATION* (*PERCEIVED VALUE*,
BRAND PERSONALITY, *ORGANIZATION ASSOCIATION*)
TERHADAP *BRAND IMAGE GAMEQUARTERS*
VANGUARD DI SURABAYA**

TESIS

**Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
Untuk memenuhi persyaratan
Dalam menyelesaikan program Magister
Manajemen**

OLEH

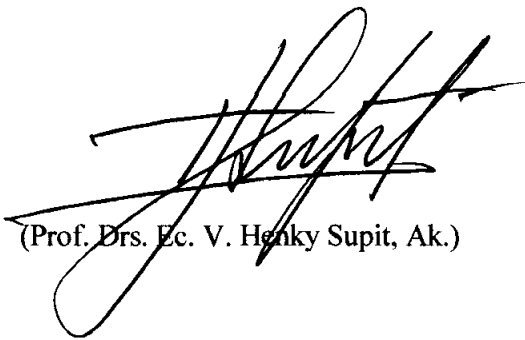
**TANTOMO SUHARIYANTO
8112407001**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
JUNI 2008**

Tesis oleh Tantomio Suhariyanto ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Surabaya, 18 Maret 2008

Pembimbing

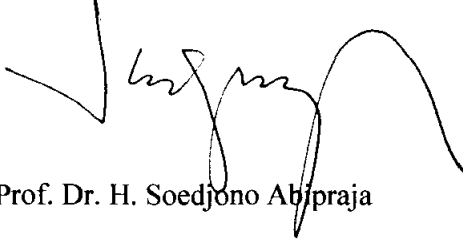
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'H. Supit', with a large, sweeping horizontal stroke across the middle.

(Prof. Drs. Ec. V. Henky Supit, Ak.)

Tesis ini telah diuji dan dinilai
Oleh Panitia Penguji pada
Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya
Pada tanggal 21 bulan April Tahun 2008

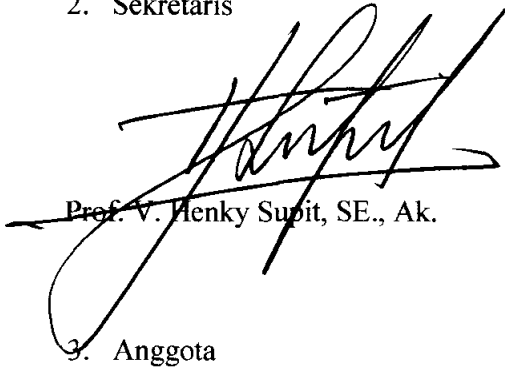
Panitia Penguji

1. Ketua



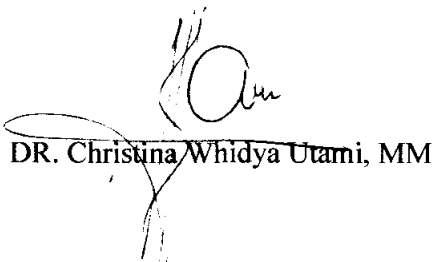
Prof. Dr. H. Soedjono Abipraja

2. Sekretaris



Prof. V. Henky Supit, SE., Ak.

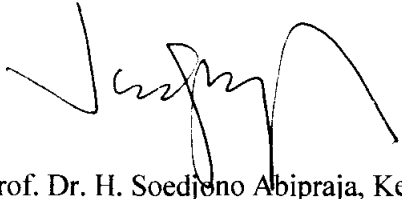
3. Anggota



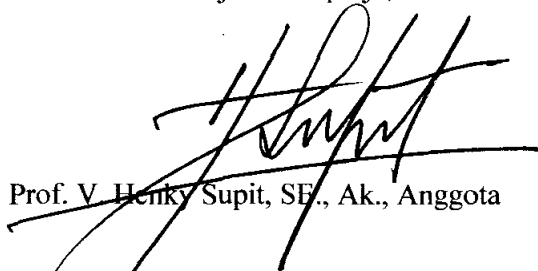
DR. Christina Whidya Utami, MM

Tesis oleh Tantomo Suhariyanto ini telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 21 April 2008

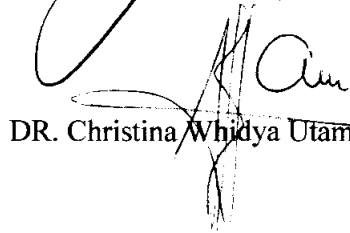
Dewan Penguji



Prof. Dr. H. Soedjono Abipraja, Ketua



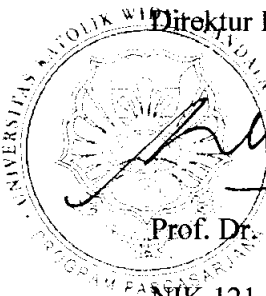
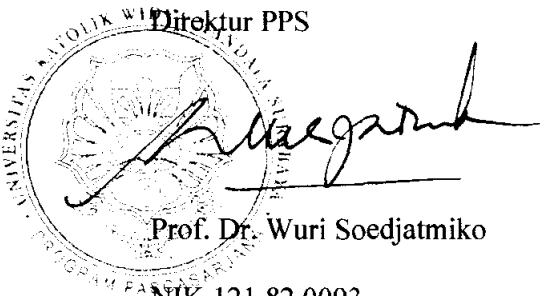
Prof. V. Henky Supit, SE., Ak., Anggota



DR. Christina Whidya Utami, MM, Anggota

Mengetahui

Direktur PPS



Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko

NIK 121.82.0093

KATA PENGANTAR

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala limpahan berkat, anugerah, kasih dan rahmat-Nya yang besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “**ANALISIS ELEMEN *BRAND ASSOCIATION (PERCEIVED VALUE, BRAND PERSONALITY, ORGANIZATION ASSOCIATION)* TERHADAP *BRAND IMAGE GAMEQUARTERS VANGUARD* DI SURABAYA**”. Tesis ini disusun dan diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) Program Magister pada Pascasarjana UKWMS.

Proses penyusunan tesis ini tidak akan berhasil dengan baik dan lancar tanpa adanya usaha, dan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya baik yang secara langsung maupun tidak langsung. Maka dalam kesempatan ini dengan rendah hati penulis hendak menyampaikan terima kasih secara tulus kepada:

1. Bapak Prof. DR. J.S. Ami Soewandi, Rektor UKWMS
2. Ibu Prof. Dr. Wuri Soedjarmiko, Direktur Program Pascasarjana UKWMS.
3. Bapak Prof. Dr. H. Soedjono Abipraja, Ketua Program MM UKWMS.
4. Bapak Prof. V. Henky Supit, SE., Ak., Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, dan mengarahkan penulis sampai penyelesaian penyusunan tesis ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen MM UKWMS yang telah memberikan bekal ilmu selama perkuliahan.

6. Seluruh karyawan Program Pascasarjana UKWMS yang telah membantu operasional perkuliahan.
7. Pemilik *GameQuarters Vanguard* beserta seluruh karyawan *GameQuarters Vanguard* yang telah membantu penulis dalam penyusunan tesis ini.
8. Responden yang bersedia meluangkan waktu dan pikiran membantu penulis mengisi kuesioner sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
9. Keluargaku yang telah memberikan banyak dukungan dalam berbagai hal baik moral maupun materiil sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
10. Yang tercinta dan tersayang Ratna, di mana selalu memberikan dukungan dan menemani serta memberikan banyak hal-hal yang bermanfaat setiap saat.
11. Teman-teman penulis, baik di dalam maupun di luar kampus yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan tesis ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Pengasih membalas budi baik mereka satu persatu. Penulis sadar akan adanya kekurangan dan kelemahan yang sekiranya terdapat dalam tesis ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan menerima kritik maupun saran sekiranya baik dan membangun sehingga makin menyempurnakan tesis ini. Pada akhirnya, penulis berharap supaya tesis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Juni 2008

Penulis

ABSTRACT

ABSTRACT

Analysis the elements of brand association (perceived value, brand personality, organization association) to brand image GameQuarters Vanguard in Surabaya uses independent variable (perceived value, brand personality, brand organization association) and dependent variable (brand image), which is the purposes are to analyze the influence (simultant and partial) from independent variable to dependent variable using hypothesis test and regression multiple analysis to know which independent variable have a dominant influence to dependent variable. Sampling has taken 100 respondents by non random with purposive sampling. Based on regression multiple analysis, $Y = -1.052 + 0.568 X_1 + 0.228 X_2 + 0.518 X_3 + e$. Independent variable which have dominant influence to dependent variable is perceived value (X_1), after that organization association (X_3) and brand personality (X_2). All of the independent variable (perceived value, brand personality, organization association) have a partial influence, also simultant influence (84,4%) to dependent variable (brand image), the residue (15,6%) is influenced by other variable out of 3 independent variable that have been researched

Key words: perceived value, brand personality, organization association, brand image

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1. Landasan Teoritis	8
2.1.1. <i>Brand Equity</i>	8
2.1.2. <i>Brand Loyalty</i>	11
2.1.3. <i>Brand Awareness</i>	12

2.1.4	<i>Perceived Quality</i>	14
2.1.5.	<i>Brand Association</i>	15
2.1.5.1.	<i>Perceived Value</i>	17
2.1.5.2.	<i>Brand Personality</i>	18
2.1.5.3.	<i>Organization Association</i>	18
2.1.6.	<i>Brand Image</i>	19
2.1.7.	Hubungan <i>Brand Association</i> Terhadap <i>Brand Image</i> ..	21
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	24
2.2.1.	Toto Rahardjo dan Siti Farida	24
2.2.2.	Luthfi Arifin Saleh.....	24
2.2.3.	Penelitian Penulis.....	25
BAB 3:	KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN ..	27
3.1.	Kerangka Konseptual Penelitian	27
3.2.	Hipotesis	32
BAB 4:	METODE PENELITIAN	33
4.1.	Rancangan Penelitian yang Digunakan	33
4.2.	Populasi, Sampel, Besar Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	33
4.3.	Variabel Penelitian	34

4.3.1. Klasifikasi Variabel.....	34
4.3.2. Definisi Operasional	35
4.4. Bahan Penelitian.....	36
4.4.1. Jenis Data	36
4.4.2. Sumber Data	37
4.5. Instrumen Penelitian	37
4.6. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
4.7. Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data	39
4.8. Analisis Data	40
4.8.1. Uji Normalitas	40
4.8.2. Uji Multikolinearitas	40
4.8.3. Uji Heteroskedastisitas.....	41
4.8.4. Uji Autokorelasi.....	41
4.8.5. Analisis Regresi Berganda	42
4.8.6. Uji Hipotesis.....	42
 BAB 5: ANALISIS HASIL PENELITIAN	 44
5.1. Deskripsi Responden	44
5.1.1. Umur Responden	44
5.1.2. Jenis Kelamin Responden	45
5.2. Analisis dan Hasil Penelitian	42
5.2.1. Jawaban Responden Variabel X1, X2, X3, dan Y	46

5.2.2. Uji Validitas	57
5.2.3. Uji Reliabilitas	59
5.2.4. Uji Dasar Klasik.....	60
5.2.5. Analisis Regresi Berganda	62
5.2.6. Uji Hipotesis	63
 BAB 6: PEMBAHASAN	 65
6.1. Variabel <i>Perceived Value</i> (X1)	65
6.2. Variabel <i>Brand Prsonality</i> (X2).....	67
6.3. Variabel <i>Organization Associations</i> (X3).....	68
6.4. Variabel <i>Brand Image</i> (Y)	69
6.5. Variabel Independen Berpengaruh Dominan.....	69
6.6. Variabel Independen Berpengaruh Simultan-Parsial	70
 BAB 7: SIMPULAN DAN SARAN.....	 72
7.1. Simpulan	72
7.2. Saran	73
 DAFTAR KEPUSTAKAAN	 74
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Nama dan Alamat <i>Outlet GameQuarters</i> di Surabaya.....	4
4.1. Daftar Pembagian Kuesioner.....	39
5.1. Umur Responden	44
5.2. Jenis Kelamin Responden.....	45
5.3. Jawaban Responden X1.....	46
5.4. Jawaban Responden X2.....	52
5.5. Jawaban Responden X3.....	53
5.6. Jawaban Responden Y	56
5.7. Validitas X1	57
5.8. Validitas X2	58
5.9. Validitas X3	58
5.10. Reliabilitas	59
5.11. Normalitas	60
5.12. Multikolinearitas	60
5.13. Heterokedastisitas	61
5.14. Autokorelasi.....	61
5.15. Regresi Berganda	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1. Kerangka Berpikir.....	30
3.2. Konseptual Penelitian, Berpengaruh Simultan	31
3.3. Konseptual Penelitian, Berpengaruh Parsial	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner.....	76
2. Jawaban Responden X1.....	80
3. Jawaban Responden X2.....	83
4. Jawaban Responden X3.....	85
5. Jawaban Responden Y	87
6. Frekuensi Jawaban Responden X1	89
7. Frekuensi Jawaban Responden X2	93
8. Frekuensi Jawaban Responden X3	94
9. Frekuensi Jawaban Responden Y	95
10. Validitas X1	96
11. Validitas X2	99
12. Validitas X3	100
13. Reliabilitas X1	101
14. Reliabilitas X2	103
15. Reliabilitas X3	104
16. Normalitas	105
17. Multikolinearitas	106
18. Heterokedastisitas	107
19. Autokorelasi.....	108
20. Regresi.....	109