

ABSTRAK

FAKTOR PENENTU KEPERIBADIAN MEREK MINUMAN ISOTONIK POCARI SWEAT (Studi Pada Mahasiswa FKIP Penjaskes Universitas Lampung 2012 - 2014)

Oleh

SUPRIYANTO

Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor penentu kepribadian merek dari tiga variabel yaitu kepercayaan merek, pengalaman merek dan daerah asal. Karena penting bagi manajer pemasaran menemukan faktor-faktor yang membangun kepribadian merek untuk membuat produknya dapat bersaing. Populasi yang dalam penelitian ini adalah mahasiswa FKIP Penjaskes Universitas Lampung dengan sampel sebanyak 69 responden. Teknik sampling yang digunakan yaitu *probability sampel* dengan metode *random sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan 3 variabel yang dianalisis dan masing-masing indikatornya ada 1 indikator dalam variabel tersebut yang telseleksi untuk di keluarkan. Hasil analisis faktor menunjukkan pengalaman merek menjadi faktor utama penentu kepribadian merek selanjutnya kepercayaan merek dan daerah asal. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Berdasarkan hasil uji analisis faktor yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa faktor kepercayaan merek, pengalaman merek, promosi dan daerah asal menjadi faktor-faktor yang signifikan menyebabkan terbentuknya *Brand Personality*. Dimana keempat faktor tersebut memberikan kontribusi sebesar 72,721% dalam memprediksi *Brand Personality*, sedangkan sisanya 27,279% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diamati oleh penelitian ini.

Kata kunci: Kepribadian Merek, Kepercayaan Merek, Pengalaman Merek.