

## Bab IV

### PENUTUP

Berdasarkan pemaparan dan pembahasan data dari Bab I hingga Bab III sebelumnya, maka dalam Bab IV ini akan dipaparkan kesimpulan dan juga saran yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil data dan pembahasan dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel terpaan transit advertising terhadap tingkat ekuitas merek apabila diantarai oleh tingkat pengetahuan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji regresi linear sederhana dengan adanya nilai sig = 0,014 dan nilai R = 0,244 pada uji regresi linear sederhana variabel terpaan *transit advertising* terhadap tingkat pengetahuan, dan variabel tingkat terpaan *transit advertising* memiliki pengaruh sebesar 6% terhadap tingkat pengetahuan dinyatakan dengan R square = 0,060. Kemudian hasil regresi linear sederhana tingkat pengetahuan terhadap tingkat ekuitas merek dengan nilai sig = 0,000 dan nilai R = 0,422, dan variabel tingkat pengetahuan memiliki pengaruh sebesar 17,8% terhadap tingkat ekuitas merek dinyatakan dengan R square 0,178.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, terdapat beberapa saran dari peneliti, sebagai berikut:

### 1. Bagi perusahaan dan praktisi periklanan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh hasil bahwa terpaan transit advertising berpengaruh terhadap tingkat ekuitas merek dengan diantarai oleh tingkat pengetahuan. Peneliti menyarankan supaya kegiatan dan kreatifitas disain dalam transit advertising selalu dikembangkan, supaya semakin menarik perhatian khalayak luas dalam melihat *transit advertising* Gembira Loka, begitu juga dengan pengembangan daerah mobilitas transit advertising, supaya semakin memberikan kesempatan secara luas kepada khalayak untuk bisa diterpa oleh transit advertising. Semakin luas jangkauan *transit advertising* maka akan semakin banyak khalayak yang mengenal Gembira Loka.

### 2. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat ekuitas merek secara tidak langsung dipengaruhi oleh faktor – faktor seperti frekuensi, perhatian, pengetahuan. Peneliti menyarankan supaya pada penelitian selanjutnya dapat ditambahkan faktor – faktor lainnya yang mungkin berpengaruh terhadap tingkat ekuitas merek supaya hasilnya lebih detail. Penelitian ini hanya terbatas dalam adaptasi teori ekuitas merek dari seorang tokoh yaitu David Aaker. Perubahan teori yang diadaptasi dari

tokoh atau pendapat ahli mengenai ekuitas merek juga bisa diubah untuk melengkapi penelitian mengenai tingkat ekuitas merek, seperti teori ekuitas merek dari Keller. Sebab masing – masing pendapat dari tokoh atau ahli yang satu dengan yang lain memiliki indikator yang berbeda.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanto . E dan Erdiyana L. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2005.
- Belch, George, and Michael Belch. *Advertising and Promotion 6t ed*. New York: McGraw – Hill eBooks. 2004.
- Durianto, Sugiarto, Tony Sitinjak. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2001.
- Engel, James, dkk. *Perilaku Konsumen. Edisi ke 6*. Jakarta: Binarupa Aksara. 1994.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya. 1986.
- Jefkins, Frank. *Periklanan Edisi Ketiga (Terj)*. Jakarta: Erlangga. 1995.
- Knapp, Duane E. *The Brand Mindset*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2001.
- Kleppner, Otto, Thomas Russel, W.Rhonald Lane. *Advertising Procedure*. New Jersey: Prentice Hall Inc. 1987
- Kriyantono, Rachmat. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2006.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Prentice Hall Inc. 1997.
- Kotler dan Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo. 1997.

Machfoedz, Mahmud. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu. 2010.

Moriarty, Sandra, dkk. *Advertising*. Jakarta: Kencana. 2011

Notoatmojo, Soekidjo. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2003.

Purwanto. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2007.

Rangkuti, Freddy. *Creating Effective Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2001.

Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya. 1999.

Singarimbun, Masri. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES. 1995

Sumartono. *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta. 2002.

Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset. 2003.

Tjiptono, Fandy. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andy. 2005.

Widyatama, Rendra. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher. 2007.

**Website:**

Diakses pada tanggal 12 Desember 2011:

<http://nasional.kompas.com/read/2008/12/25/1710059/tak.ada.lonjakan.di.gembira.lo>

[ka](#)

<http://nasional.kompas.com/read/2008/03/03/10403267/Eh..Ke.Gembira.Loka..Yuk>

<http://regional.kompasiana.com/2012/01/15/wisatawan-memuji-perkembangan-gembira-loka/>

Diakses pada tanggal 30 Mei 2012:

[www.gembiralokazoo.com](http://www.gembiralokazoo.com)



## LAMPIRAN

### REGRESI

#### Regression

##### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Terpaan transit advertising Gembira Loka Yogyakarta (X) <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Pengetahuan (Z)

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.244 <sup>a</sup>	.060	.050	1.91461

a. Predictors: (Constant), Terpaan transit advertising Gembira Loka Yogyakarta (X)

##### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.757	1	22.757	6.208	.014 <sup>a</sup>
	Residual	359.243	98	3.666		
	Total	382.000	99			

a. Predictors: (Constant), Terpaan transit advertising Gembira Loka Yogyakarta (X)

b. Dependent Variable: Pengetahuan (Z)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.659	.647		13.374	.000
	Terpaan transit advertising Gembira Loka Yogyakarta (X)	.552	.222	.244	2.492	.014

a. Dependent Variable: Pengetahuan (Z)





## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengetahuan (Z)	.	Enter

- a. All requested variables entered.  
 b. Dependent Variable: tingkat ekuitas merek (Y)

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 <sup>a</sup>	.178	.170	5.10184

- a. Predictors: (Constant), Pengetahuan (Z)

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	553.927	1	553.927	21.281	.000 <sup>a</sup>
	Residual	2550.823	98	26.029		
	Total	3104.750	99			

- a. Predictors: (Constant), Pengetahuan (Z)  
 b. Dependent Variable: tingkat ekuitas merek (Y)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.367	2.711		6.775	.000
	Pengetahuan (Z)	1.204	.261	.422	4.613	.000

- a. Dependent Variable: tingkat ekuitas merek (Y)

## TABULASI SILANG

**Pengetahuan \* Brand Awareness Crosstabulation**

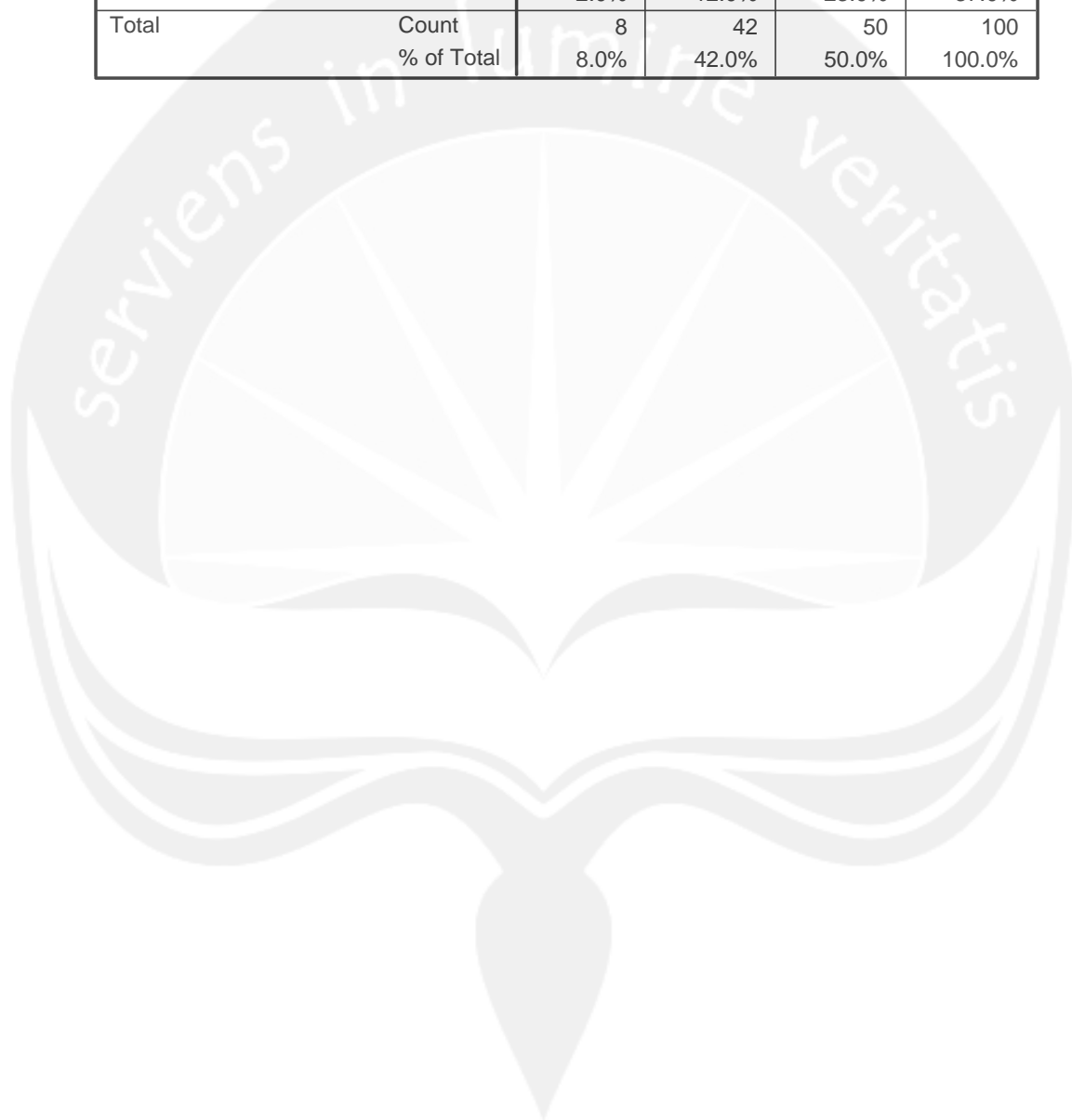
			Brand Awareness			Total
			Brand Recognition	Brand Recall	Top of Mind	
Pengetahuan	Rendah	Count	1	0	0	1
		% of Total	1.0%	.0%	.0%	1.0%
	Sedang	Count	14	2	5	21
		% of Total	14.0%	2.0%	5.0%	21.0%
	Tinggi	Count	46	6	26	78
		% of Total	46.0%	6.0%	26.0%	78.0%
Total	Count	61	8	31	100	
	% of Total	61.0%	8.0%	31.0%	100.0%	

**Pengetahuan Produk \* Perceived Quality Crosstabulation**

			Perceived Quality		Total
			Sedang	Tinggi	
Pengetahuan Produk	Tinggi	Count	51	27	78
		% of Total	51.0%	27.0%	78.0%
	Sedang	Count	16	5	21
		% of Total	16.0%	5.0%	21.0%
	Rendah	Count	1	0	1
		% of Total	1.0%	.0%	1.0%
Total	Count	68	32	100	
	% of Total	68.0%	32.0%	100.0%	

**Frekuensi \* Perhatian Crosstabulation**

			Perhatian			Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Frekuensi	Tidak sering	Count	6	30	27	63
		% of Total	6.0%	30.0%	27.0%	63.0%
	Sering	Count	2	12	23	37
		% of Total	2.0%	12.0%	23.0%	37.0%
Total		Count	8	42	50	100
		% of Total	8.0%	42.0%	50.0%	100.0%



**TABEL FREKUENSI**

**Pertanyaan No. 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Gembira Loka	31	31.0	31.0	31.0
	Pantai	19	19.0	19.0	50.0
	Malioboro	10	10.0	10.0	60.0
	Kaliurang	7	7.0	7.0	67.0
	Tamansari	7	7.0	7.0	74.0
	Kraton	6	6.0	6.0	80.0
	Prambanan	5	5.0	5.0	85.0
	Alun-alun	4	4.0	4.0	89.0
	Monjali	3	3.0	3.0	92.0
	Taman pintar	2	2.0	2.0	94.0
	0 km Jogja	1	1.0	1.0	95.0
	B. Vandenberg	1	1.0	1.0	96.0
	Borobudur	1	1.0	1.0	97.0
	Merapi	1	1.0	1.0	98.0
	Ngasem	1	1.0	1.0	99.0
	Sarkem	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pantai	24	24.0	24.0	24.0
	Gembira Loka	16	16.0	16.0	40.0
	Malioboro	14	14.0	14.0	54.0
	Kraton	9	9.0	9.0	63.0
	Kaliurang	8	8.0	8.0	71.0
	Monjali	8	8.0	8.0	79.0
	B. Vandenberg	4	4.0	4.0	83.0
	Tamansari	4	4.0	4.0	87.0
	Alun-alun	3	3.0	3.0	90.0
	Prambanan	3	3.0	3.0	93.0
	Taman pintar	2	2.0	2.0	95.0
	Dirgantara	1	1.0	1.0	96.0
	Kalirang	1	1.0	1.0	97.0
	Kids Fun	1	1.0	1.0	98.0
	Merapi	1	1.0	1.0	99.0
	Sarkem	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Frequency Table**

**Pertanyaan No. 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	100	100.0	100.0	100.0

**Pertanyaan No. 4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	100	100.0	100.0	100.0

**Pertanyaan No. 5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak sering	63	63.0	63.0	63.0
	Sering	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	24	24.0	24.0	24.0
	Ya	76	76.0	76.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	30	30.0	30.0	30.0
	Tidak	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	4	4.0	4.0	4.0
	Ya	96	96.0	96.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	6	6.0	6.0	6.0
	Benar	94	94.0	94.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	19	19.0	19.0	19.0
	Benar	81	81.0	81.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	29	29.0	29.0	29.0
	Salah	71	71.0	71.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	8	8.0	8.0	8.0
	Salah	92	92.0	92.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	18	18.0	18.0	18.0
	Benar	82	82.0	82.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	33	33.0	33.0	33.0
	Salah	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	2	2.0	2.0	2.0
	Benar	98	98.0	98.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 16**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	18	18.0	18.0	18.0
	Salah	82	82.0	82.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 17**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	12	12.0	12.0	12.0
	Benar	88	88.0	88.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	61	61.0	61.0	61.0
	Salah	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	5	5.0	5.0	5.0
	Benar	95	95.0	95.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	49	49.0	49.0	49.0
	Benar	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 21**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	18	18.0	18.0	18.0
	Benar	82	82.0	82.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 22**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	100	100.0	100.0	100.0



**Pertanyaan No. 23**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	100	100.0	100.0	100.0

**Pertanyaan No. 24**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	10	10.0	10.0	10.0
Ya	90	90.0	90.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 25**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	5	5.0	5.0	5.0
Ya	95	95.0	95.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 26**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	13	13.0	13.0	13.0
Ya	87	87.0	87.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 27**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	13	13.0	13.0	13.0
Ya	87	87.0	87.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 28**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	18	18.0	18.0	18.0
Ya	82	82.0	82.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 29**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	5.0	5.0	5.0
	2.00	4	4.0	4.0	9.0
	3.00	36	36.0	36.0	45.0
	4.00	28	28.0	28.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

**Pertanyaan No. 30**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	3.0	3.0	3.0
	2.00	13	13.0	13.0	16.0
	3.00	38	38.0	38.0	54.0
	4.00	26	26.0	26.0	80.0
	5.00	20	20.0	20.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

**Pertanyaan No. 31**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	5.0	5.0	5.0
	2.00	19	19.0	19.0	24.0
	3.00	29	29.0	29.0	53.0
	4.00	32	32.0	32.0	85.0
	5.00	15	15.0	15.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

**Pertanyaan No. 32**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	8.0	8.0	8.0
	2.00	14	14.0	14.0	22.0
	3.00	40	40.0	40.0	62.0
	4.00	14	14.0	14.0	76.0
	5.00	24	24.0	24.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

**Pertanyaan No. 33**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	3.0	3.0	3.0
	2.00	10	10.0	10.0	13.0
	3.00	36	36.0	36.0	49.0
	4.00	35	35.0	35.0	84.0
	5.00	16	16.0	16.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

**Pertanyaan No. 34**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	15	15.0	15.0	15.0
	2.00	8	8.0	8.0	23.0
	3.00	41	41.0	41.0	64.0
	4.00	23	23.0	23.0	87.0
	5.00	13	13.0	13.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

**Pertanyaan No. 35**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	70	70.0	70.0	70.0
	Ya	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 36**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	61	61.0	61.0	61.0
	Ya	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 37**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	47	47.0	47.0	47.0
	Ya	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 38**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	32	32.0	32.0	32.0
	Ya	68	68.0	68.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 39**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	29	29.0	29.0	29.0
	Ya	71	71.0	71.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 40**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	39	39.0	39.0	39.0
	Ya	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pertanyaan No. 41**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	44	44.0	44.0	44.0
	Ya	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Perhatian**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	8	8.0	8.0	8.0
	Sedang	42	42.0	42.0	50.0
	Tinggi	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Frekuensi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak sering	63	63.0	63.0	63.0
	Sering	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Brand Awareness**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	61	61.0	61.0	61.0
	Sedang	8	8.0	8.0	69.0
	Tinggi	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Perceived Quality**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	5	5.0	5.0	5.0
	Sedang	63	63.0	63.0	68.0
	Tinggi	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Brand Loyalty

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	11	11.0	11.0	11.0
	Sedang	10	10.0	10.0	21.0
	Tinggi	79	79.0	79.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Brand Equity

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	2	2.0	2.0	2.0
	Sedang	61	61.0	61.0	63.0
	Tinggi	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**BEBERAPA TRANSIT ADVERTISING GEMBIRA LOKA PADA TAXI JAS**











