

PENGARUH *PERFORMANCE SALES PROMOTION*

GIRL TERHADAP BRAND EQUITY

(Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh *Performance Sales*

***Promotion Girl* terhadap *Brand Equity* Djarum Black menurut**

Pengunjung Angkringan Kopi Jos Mangkubumi Yogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)

Disusun Oleh:

FRANSISCUS XAVERIUS TRILAKSANA

080903642/KOM

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013

PENGARUH *PERFORMANCE SALES PROMOTION*

GIRL TERHADAP BRAND EQUITY

(Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh *Performance Sales*

***Promotion Girl* terhadap *Brand Equity* Djarum Black menurut**

Pengunjung Angkringan Kopi Jos Mangkubumi Yogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)

Disusun Oleh:

FRANSISCUS XAVERIUS TRILAKSANA

080903642/KOM

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *PERFORMANCE SALES PROMOTION GIRL* TERHADAP
*BRAND EQUITY***

**(Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh *Performance Sales Promotion Girl*
terhadap *Brand Equity* Djarum Black menurut Pengunjung Angkringan Kopi
Jos Mangkubumi Yogyakarta)**

SKRIPSI

Disusun sebagai syarat kelulusan pada Program Studi Ilmu Komunikasi dengan
konsentrasi studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun Oleh :

Fransiscus Xaverius Trilaksana

080903642

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

F. Anita Herawati, SIP.,M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *PERFORMANCE SALES PROMOTION*
GIRL TERHADAP *BRAND EQUITY***
Penyusun : **Fransiscus Xaverius Trilaksana**
NPM : **080903642/Komunikasi**

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang di selenggarakan pada :

Hari/Tanggal : **Senin/1 Juli 2013**
Waktu : **11.00 WIB**
Tempat : **Ruang Pendaran**

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

F. Anita Herawati, SIP.,M.Si.

Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, MA

Penguji II



HALAMAN PERSEMBAHAN

*Jika kita percaya, berusaha
dan berserah kepada-Nya semua akan baik
adanya.....
...All is Well...*

Karya ini sepenuhnya didedikasikan untuk...

Tuhan Yesus Kristus yang selalu menopangku dalam berkat-Nya

Agustinus Sumarlam dan Lucia Nurni Astuti ...orang tua terhebat

Teman-teman terkasih

Para Dosen FISIP UAM terhormat.... dan....

ATMA JAYA WOGYAKARTA...kenanganku...

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : FRANSISCUS XAVERIUS TRILAKSANA

No. Mhs : 08 09 03642

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Karya Tulis : *PENGARUH PERFORMANCE SALES PROMOTION GIRL
TERHADAP BRAND EQUITY*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian, hasil karya milik orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik. Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh fakultas yang dibentuk untuk melanjutkan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan. Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 29 Juli 2013

Saya yang menyatakan


Fransiscus Xaverius Trilaksana

KATA PENGANTAR

Terpujilah nama Tuhan Yesus Kristus atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul "PENGARUH *PERFORMANCE SALES PROMOTION GIRL* TERHADAP *BRAND EQUITY*" merupakan syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan masukan, motivasi, saran, dan bimbingan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas proses-Mu yang baik dan terencana bagiku. Terima kasih untuk setiap rahmat, berkat yang Kau berikan dalam hidupku. Khususnya mengabulkan permohonan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga terkasih, Bapak Agustinus Sumarlam, Ibu Lucia Nurni Astuti terimakasih telah menjadi orang tua yang hebat yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.
3. Saudara-saudara penulis Maria Fransisca Pristiwati, Yohanes Bambang Wijanarko, Cicilia Nurita. Terima kasih atas doa, kesabaran, dukungan, dan kepercayaan yang selalu diberikan.
4. Ibu F. Anita Herawati, SIP.,M.Si. selaku dosen pembimbing dan dosen penguji I yang hebat dan sabar mendampingi penulis dalam berproses. Terima kasih atas

perhatian, bimbingan, dukungan, dan kesabarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. dan bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, MA selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan bagi penulis.
6. Caroline Noviana Hartono (CNH), yang selalu ada dikala susah maupun senang. Terima kasih atas doa, dukungan, saran, dan kesabarannya. Terima kasih sudah menjadi tempat mengadu ketika penulis merasa putus asa dan kehilangan harapan. Terimakasih untuk semua semangat dan kasih sayang yang masih selalu diberikan hingga pada saat ini. Terimakasih untuk selalu mengingatkan penulis untuk terus mengucap syukur atas semua kejadian yang dilalui penulis.
7. Terimakasih kepada para dosen dan staf FISIP UAJY yang telah memberikan penulis banyak ilmu selama masa-masa kuliah. Penulis tidak akan pernah melupakan jasa-jasa dan kebaikan yang diberikan. Kalian adalah pahlawan tanpa tanda jasa.
8. Sahabat-sahabat yang luar biasa Leo, Ninda, Reza, Mita, Arin, Sari, Agi, Ratih, Teo, Deny, Bram, Vebri, Lia. Terima kasih untuk setiap pertemuan yang kita luangkan bersama, aku pasti akan selalu merindukan saat-saat kita berkumpul bersama.
9. Teman-teman ADPL KKN 62 Lukaz, Dhiaz, Mas Christian, Hesty, Mas Donny, Bang Nuel, Bea, Yudha, Bebha, Sherly, Napi, Edy, Sisco dan seluruh pasukan ADPL, Askorlap yang memberikan dukungan yang luar biasa kepada penulis.

10. Teman-teman Unit P KKN 62 yang telah memberikan motivasi semenjak dipertemukan dalam KKN UAJY Saptosari sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan dukungan kepada penulis sampai akhirnya skripsi ini selesai.

Yogyakarta, 29 Juli 2013

Fransiscus Xaverius Trilaksana



ABSTRAKSI

PENGARUH *PERFORMANCE SALES PROMOTION GIRL* TERHADAP *BRAND EQUITY*

Aktivitas promosi biasanya melibatkan keterampilan bagi tiap-tiap personalnya, seperti kegiatan promosi melalui *sales promotion girl*. Pemilihan penggunaan tenaga *sales promotion girl* dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan produk yang akan dipromosikan. Kesesuaian antara produk yang dipromosikan dengan kualifikasi *sales promotion girls* memungkinkan akan meningkatkan daya tarik konsumen pada produk yang dipromosikan. Kriteria untuk menjadi seorang SPG sangat beraneka ragam, beberapa *agency* menerapkan standart tertentu dalam upaya *recruitment* SPG event. Kriteria yang wajib dimiliki oleh seorang SPG seperti *good looking*, berani tampil beda, memiliki tinggi badan diatas rata-rata, memiliki berat badan yang proporsional.

Pemelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *performance sales promotion girl* terhadap *brand equity* Djarum Black menurut pengunjung angkringan kopi jos Mangkubumi Yogyakarta . Beberapa teori yang relevan digunakan untuk mendukung teori ini seperti teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) tserta didukung dengan berbagai konsep mengenai promosi, *personal selling*, *brand* , *brand equity*.

Metode Dalam penelitian ini adalah melalui survei, sedangkan jenis penelitiannya adalah penelitian eksplanatif (kuantitatif). Data primer di dapat melalui kuesioner kepada 100 orang responden, sedangkan data sekunder diperoleh melalui *website*. Metode pengukuran data menggunakan skala *guttman* dan skala *semantic diferensial*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji Cochran, analisis regresi linier.

Berdasarkan uji pengaruh terbukti bahwa *performance sales promotion girl* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *brand equity* Djarum Black. Walaupun memberikan pengaruh yang signifikan akan tetapi hubungan antara variabel *performance sales promotion girl* terhadap *brand equity* termasuk dalam kategori rendah.

Kata kunci : *performance sales promotion girl*, *brand equity*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitan	7
1. Manfaat Akademis	7
2. Manfaat Praktis	7
E. Kerangka Teori	7
1. Promosi	9
2. <i>Personal Selling</i>	11
3. <i>Brand</i>	12
4. <i>Brand Equity</i>	13
5. <i>Brand Awareness</i>	16
6. <i>Brand Association</i>	18

7. <i>Perceived Quality</i>	19
8. <i>Brand Loyalty</i>	22
F. Kerangka Konsep	26
G. Definisi Operasional	29
1. Variabel Penelitian	30
H. Hipotesis Penelitian	33
I. Metodologi Penelitian	34
1. Metode Penelitian	34
2. Jenis Penelitian	35
3. Waktu dan Lokasi Penelitian	36
4. Populasi Penelitian	36
5. Sampel	36
6. Metode Pengumpulan Data	38
7. Uji Instrumen Penelitian	39
8. Teknik Pengumpulan Data	44
9. Metode Pengukuran Data	45
10. Metode Analisis Data	46
BAB II. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	50
A. Sekilas Tentang Djarum Black	50
1. Profil <i>Brand</i>	50
2. Spesifikasi <i>Brand</i>	53
B. Sekilas Tentang Sales Promotion Girl Djarum Black	54
1. Kriteria SPG	56
2. Jenis SPG	57
3. Kategori SPG	57
4. Tugas SPG	58

BAB III. DESKRIPSI DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN	60
A. Pengujian Validitas dan Reabilitas Kuesioner	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reliabilitas	65
B. Temuan Hasil Penelitian	67
1. Distribusi Variabel Penelitian	67
1) <i>Performance SPG (X)</i>	68
2) <i>Brand Awareness (Y1)</i>	73
3) <i>Brand Association (Y2)</i>	79
4) <i>Perceived Quality (Y3)</i>	81
5) <i>Brand Loyalty (Y4)</i>	88
6) <i>Brand Equity (Y)</i>	91
2. Pengujian Hipotesis	94
1) Analisis Regresi	95
C. Pembahasan	100
 BAB IV. PENUTUP	 109
A. Kesimpulan	109
B. Saran	111
 DAFTAR PUSTAKA	 113
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	<i>Sales Promotion Girl Event</i>	3
Gambar 2	<i>Sales Promotion Girl Event Djarum Black</i>	4
Gambar 3	<i>Sales Promotion Girl Muslim</i>	5
Gambar 4	<i>Logo Brand</i>	50
Gambar 5	<i>Packaging Djarum Black</i>	51
Gambar 6	<i>Himbauan Rokok</i>	51
Gambar 7	<i>Sales Promotion Girl Djarum Black</i>	56



DAFTAR BAGAN

Bagan 1	Elemen Bauran Promosi	10
Bagan 2	Piramida <i>Brand Awareness</i>	16
Bagan 3	Piramida <i>Brand Loyalty</i>	23
Bagan 4	Model Teoritis Penelitian.....	28
Bagan 5	Piramida <i>Brand Loyalty</i> Djarum Black	91
Bagan 6	Hasil Olahan	100



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Definisi Operasional	29
Tabel 2	Distributor Djarum Black	52
Tabel 3	Spesifikasi Rokok Merek Djarum Black	53
Tabel 4	Rekrutmen SPG Event Djarum PRJ.....	58
Tabel 5	Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	66
Tabel 7	Deskripsi Indikator <i>Performance Sales Promotion Girl</i>	68
Tabel 8	Pembagian Interval Kelas	70
Tabel 9	Deskripsi Indikator Variabel <i>Performance SPG(X)</i>	71
Tabel 10	Pembagian Interval Kelas	72
Tabel 11	Pembagian Interval Kelas	72
Tabel 12	Kategori masing-masing responden.....	73
Tabel 13	Deskripsi <i>Brand Awareness</i>	74
Tabel 14	Deskripsi <i>Top of Mind</i>	75
Tabel 15	Deskripsi <i>Brand Recall</i>	76
Tabel 16	Deskripsi <i>Brand Recognition</i>	77
Tabel 17	Pembagian Interval Kelas	79
Tabel 18	Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness (Y1)</i>	79
Tabel 19	<i>Brand Association</i> (asosiasi merek).....	80
Tabel 20	Pembagian Interval Kelas	82
Tabel 21	<i>Perceived Quality</i>	82
Tabel 22	Pembagian Interval Kelas	84
Tabel 23	Gambaran Tingkat Kepentingan secara umum.....	84
Tabel 24	Gambaran Tingkat Kepentingan dari 100 responden	85
Tabel 25	Pembagian Interval Kelas	86
Tabel 26	Gambaran Tingkat Kesesuaian secara umum	86
Tabel 27	Gambaran Tingkat Kesesuaian dari 100 responden.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 28	Pembagian Interval Kelas	87
Tabel 29	Gambaran <i>Brand Association</i> dan <i>Perceived Quality</i>	88
Tabel 30	Gambaran Tingkat Kesesuaian dari 100 responden.....	88
Tabel 31	<i>Brand Loyalty</i>	89
Tabel 32	Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	89
Tabel 33	<i>Brand Equity</i> (Y).....	92
Tabel 34	Pembagian Interval Kelas	93
Tabel 35	Gambaran Tingkat <i>Brand Equity</i> 100 responden.....	93
Tabel 36	Pengaruh(X) terhadap (Y1).....	94
Tabel 37	Pengaruh(X) terhadap (Y2 dan Y3).....	96
Tabel 38	Pengaruh(X) terhadap (Y4).....	97
Tabel 39	Pengaruh(X) terhadap (Y).....	98

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran Kuesioner Penelitian
- Lampiran *Realibility Brand Association*
- Lampiran *Frequencies SPG*
- Lampiran *Frequencies Brand Awareness*
- Lampiran *Frequencies Distribusi Brand Awareness*
- Lampiran *Frequencies Brand Association*
- Lampiran *Frequencies Brand Association*
- Lampiran *Descriptives Statistic Brand Association*
- Lampiran *Realibility SPG*
- Lampiran *Descriptives Statistic SPG*
- Lampiran Regresi (X terhadap Y1)
- Lampiran Regresi (X terhadap Y2 dan Y3)
- Lampiran Regresi (X terhadap Y4)
- Lampiran Regresi (X terhadap Y)