

**PENGARUH TINGKAT KETERTARIKAN PADA DESAIN LOGO DAN  
NAMA MEREK TERHADAP *BRAND IMAGE*  
(Studi Eksplanatif Mengenai Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada Desain  
Logo dan Nama Merek terhadap *Brand Image* Zupparella)**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

SANY TIFANI YENATA

09 09 03715 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2014**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PENGARUH TINGKAT KETERTARIKAN PADA DESAIN**  
**LOGO DAN NAMA MEREK TERHADAP *BRAND IMAGE***  
(Studi Eksplanatif Mengenai Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada Desain  
Logo dan Nama Merek terhadap *Brand Image* Zupparella)

**SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
S.Ikom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

SANY TIFANI YENATA  
No Mhs : 09 09 03715 / KOM

Disetujui/Oleh :

**F Anita Herawati, SIP., M.Si.**  
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2014**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Ketertarikan Pada Desain Logo dan Nama Merek terhadap *Brand Image* (Studi Eksplanatif Mengenai Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada Desain Logo dan Nama Merek terhadap *Brand Image* Zupparella)

Penyusun : Sany Tifani Yenata  
NIM : 090903715

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari/tanggal : Senin / 7 Juli 2014

Pukul : 8.30 WIB

Tempat : Ruang Ujian Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.  
Penguji Utama

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

Desideria Cempaka W. Murti, S.Sos, M.A.  
Penguji II



## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Sany Tifani Yenata  
NPM : 09 09 03715  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada Desain Logo dan Nama Merek Terhadap *Brand Image* (Studi Eksplanatif Mengenai Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada Desain Logo dan Nama Merek Terhadap *Brand Image* Zupparella)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan kecurangan / penjiplakan / plagiat, maka saya menerima sanksi akademik, sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 24 Juni 2014



Sany Tifani Yenata

## KATA PENGANTAR

Puji Tuhan, skripsi yang disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Atma Jaya Yogyakarta ini selesai juga. Proses selama kuliah dan skripsi ini tidak akan berwarna-warni jika tanpa campur tangan banyak pihak, oleh karena itu, pertamanya penulis ingin mengucapkan terima kasih yang besar untuk Tuhan Yang Maha Esa; rasanya ucapan terima kasih saja tidak cukup untuk menggambarkan kebahagiaan ini, Gusti. :')

Kedua, kepada Ibunda Penulis, Alm. Mama Seminariati; terima kasih atas semangat yang Mama berikan kepada penulis, biarpun terpisah oleh ruang dan waktu. Skripsi ini dipersembahkan untuk Mama, I love you, Mama.

Ketiga, kakek dan nenek penulis, Ama Amo dan Akong I Chun; *kamsia ya, Ama, Akong..Emcai pien hamik wa, kalo lu lang bo chi wa kau tua han. :')*

Keempat, Ayah penulis, Papa Dika Harvika Yenata; perumpaan monyet ditiup angin sepoi-sepoi itu akan selalu penulis ingat. Terima kasih telah menjadi Ayah yang tegas dan keras buat penulis.

Kelima, dosen pembimbing penulis, Ibu F. Anita Herawati, SIP.,M.Si; terima kasih untuk kesabaran dan arahan untuk skripsi ini, Bu. Semoga selalu diberi umur panjang dan kebahagiaan. Amin. Tak lupa untuk Pak Agus Putranto dan Ibu Desideria yang telah memberikan masukan dan kritik saat sidang berlangsung. Tuhan memberkati.

Keenam, sahabat penulis, Ni Putu Pratistha Adnyaswari; terima kasih sudah memberi semangat, masukan, obrolan, gosip, suka, duka, tawa, kepercayaan dan semua-muanya selama kuliah dan skripsi. '*Good friends are like stars, you don't always see them but you know they're always there*' – old saying. :\*

Ketujuh, sahabat bermain dan berbagi tawa, Anastasia Puspa, Della Yulia, Maria Mahardhika, Elizabeth Sekli, Cendaningrum, Koes Lupita, Wirangga Dirga, Wisnu Anugrah, Anastasia Filiana, Silvia Meily, Sawitri Rahmadhani, Gloria Anastasia, FX Bangun, Prihartanto, Vincensius Erik; terima kasih untuk

semua suka duka selama penulis kuliah dan akhirnya selesai. Tidak lupa pula untuk perempuan yang tergabung dalam Mhyrtus, terima kasih sudah pernah mengisi hari-hari penulis selama di bangku perkuliahan. :\*

Kedelapan, keluarga Zupparella, Mas Alfi, Cik Mitha, Echin, Erdi, Anggun, Febi, Bogas, Ocha, Alex, Angga, Gilang, Sigit, Tia, Yayan, Yoga, Fikri, Eka, Fadli, Jeung Rio, Haris, Lingga, Okta dan Rony Gunawan Sumantri; terima kasih buat senyum, semangat, tawa, mimpi, tangis, haru, peluh, keluh, dan obrolan saru (huehehe) yang sudah kalian bagi bersama dengan penulis selama bekerja. Sayang kalian semua! Tidak lupa untuk Alm. Bagus Fajar; terima kasih atas semangatmu yang luar biasa, Gus.. Selamat jalan dan sampai bertemu di kehidupan selanjutnya :)

Kesembilan, orang spesial selama hampir sewindu, Bernadus Risang Pramudita; terima kasih selalu memberikan keyakinan bahwa semua bisa diwujudkan bersama, biarpun terpisah jarak yang jauh. Mari melangkah ke level berikutnya! *See you when I see you, Pak Bernad! I love you most!* :\*

Kesepuluh, kepada orang-orang yang tidak disebutkan namanya oleh penulis karena tidak sengaja atau secara sengaja dilupakan; terima kasih sudah mengisi hari-hari penulis.

Sekali lagi, terima kasih dan terima kasih. ☺

Yogyakarta, 24 Juni 2014

Penulis

Sany Tifani Yenata

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR BAGAN .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAKSI .....	xi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kerangka Teori.....	7
F. Kerangka Konsep .....	25
G. Definisi Operasional.....	31
H. Metodologi Penelitian .....	33
I. Hipotesis.....	37
BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	38
A. Gambaran Umum Zupparella.....	38
B. Visi dan Misi Zupparella .....	39
C. Desain Logo dan Nama Merek Zupparella.....	40
D. Struktur Organisasi .....	42
E. Data Perusahaan.....	44

BAB III: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	45
A. Hasil Temuan Lapangan .....	46
1. Uji Validitas .....	46
2. Uji Reliabilitas .....	48
3. Deskripsi Variabel Penelitian .....	48
4. Analisis <i>Chi Square</i> dan Tabulasi Silang.....	61
B. Analisis Data .....	71
BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN .....	76
A. Kesimpulan .....	76
B. Kritik dan Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	61
LAMPIRAN	



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 - Karakteristik Warna.....	19
Tabel 2 - Tabel Indikator Definisi Operasional .....	33

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1 - Proses Penamaan Merek .....	16
Bagan 2 - Kerangka Konsep Penelitian .....	26
Bagan 3 - Struktur Organisasi Zupparella.....	42

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 - Desain Logo dan Nama Merek Zupparella.....	41
---	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Data Penelitian
2. Uji Reliabilitas
3. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
4. Tabulasi silang
5. Tabel r
6. Kuesioner Penelitian
7. Desain Logo dan Nama Merek di jejaring sosial Twitter @zupparella
8. Desain Logo dan Nama Merek pada papan nama rumah makan

# **Pengaruh Tingkat Ketertarikan Pada Desain Logo dan Nama Merek Terhadap *Brand Image***

**(Studi Eksplanatif Mengenai Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada Desain Logo dan Nama Merek Terhadap *Brand Image* Zupparella)**

## **ABSTRAK**

Identitas merek digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan, memperlihatkan dan menerangkan apa produk yang ingin dijual oleh Zupparella. Dua unsur yang ada dalam identitas merek adalah desain logo dan nama merek. Desain logo dan nama merek ini memiliki pengaruh dalam membentuk citra merek (*brand image*) Zupparella. Oleh karena itu, digunakan teori SMCR dengan konsep desain logo dan nama merek, daya tarik visual dan citra merek untuk menguji pengaruh variabel tingkat ketertarikan pada desain logo dan nama merek terhadap variabel *brand image*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatif. Sampel sebanyak 80 konsumen dengan menggunakan *convenience sampling*. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *product moment* dan uji reliabilitas menggunakan metode *alpha cronbach*. Analisis data menggunakan analisis *correspondence analysis* dengan teknik analisis *chi square*.

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian valid dan reliabel. Hasil analisis data terdapat pengaruh signifikan terhadap brand image adalah makanan enak dengan nilai sig. 0,003, kekeluargaan nilai sig. 0,000, kesan anak muda nilai sig. 0,002, harga terjangkau nilai sig. 0,008, eksklusif nilai sig. 0,001 dan kesan mewah nilai sig. 0,000, nilai signifikansi tersebut menunjukkan  $< \alpha$  (0,05). Sedangkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap brand image adalah kesan keceriaan dengan nilai sig. 0,608  $>$  0,05, artinya bahwa tingkat ketertarikan desain logo dan nama merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kesan keceriaan.

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menyimpulkan bahwa tidak ada *image* keceriaan pada desain logo dan nama merek. Oleh karena itu, pemilik perlu menambahkan beberapa atribut dalam membuat desain logo dan nama merek yang terkesan ceria.