

ANALISIS PENGARUH AKTIVASI MEREK PROGRAM “*CAMPUS GOES TO SCHOOL*” UNIVERSITAS BAKRIE TERHADAP PREFERENSI MEREK SISWA SMA KELAS XII DI JABODEBEK

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi,
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie



ALBERTUS DANANG WICAKSONO

1151003109

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Albertus Danang Wicaksono

NIM : 1151003109

Tanda Tangan : 

Tanggal : 31 Juli 2019

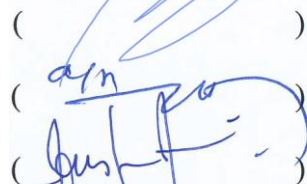


HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Albertus Danang Wicaksono
NIM : 1151003109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Aktivasi Merek Program “*Campus Goes To School*” Universitas Bakrie Terhadap Preferensi Merek Siswa SMA Kelas XII Di Jabodebek

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si. ()
Penguji 1 : Dessy Kania B.A., M.A. ()
Penguji 2 : Dr. Prima Mulyasari A.,S.Sos., M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta
Pada tanggal : 31 Juli 2019

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Albertus Danang Wicaksono
NIM : 1151003109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh Aktivasi Merek Program “*Campus Goes To School*” Universitas Bakrie Terhadap Preferensi Merek Siswa SMA Kelas XII Di Jabodebek”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 31 Juli 2019

Yang menyatakan,



Albertus Danang Wicaksono

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Proposal Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Albertus Danang Wicaksono

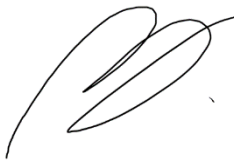
NIM : 1151003109

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Aktivasi Merek Program “*Campus Goes to School*” Universitas Bakrie Terhadap Preferensi Merek Siswa SMA Kelas XII Di Jabodebek

Pembimbing



Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si.

Peneliti



Albertus Danang Wicaksono

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah berkenan memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat dengan waktunya. Skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Aktivasi Merek Program “Campus Goes To School” Universitas Bakrie Terhadap Preferensi Merek Siswa Sma Kelas Xii Di Jabodebek”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah membantu terselesaikannya laporan magang ini. Khususnya kepada orang tua, kakak, adik, pacar, sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungannya sehingga menjadi motivasi terbesar bagi penulis untuk menjalani proses skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Mami, Papi, Ka Mita, Ka Oby, dan Aya yang selalu tak hentinya mendoakan penulis agar senantiasa sukses sepanjang proses kuliah dan magang meskipun terkadang penulis suka membangkang.
2. Nattaya Laksita Melati yang selalu ada dikala kondisi apapun sedang menerpa penulis. Terima kasih karena telah menjadi musuh, sahabat, partner, rival, *support system*, *moodbooster*, *moodbreaker*, dan pacar yang baik. Semoga semua yang telah dilakukan oleh Aya senantiasa dibalas Allah SWT nantinya. Terima kasih banget udah berjibaku nemenin ngerjain skripsi, dari penulis semangat sampe penulis gak semangat tapi pada akhirnya semangat lagi. Terima kasih udah menjadi salah satu cerita indah penulis dikampus. Sampai kapanpun jasa kamu akan selalu dikenang oleh penulis. Kelak jika penulis tidak berjodoh dengan Nattaya, penulis tidak akan pernah malu menulis nama beliau di skripsinya.
3. Dra. Suharyanti, M.S.M selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

4. Dr. Prima Mulyasari A., S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing magang yang sudah mau melayani setiap konsultasi penulis selama proses penyusunan laporan magang dan sangat memberikan banyak masukan untuk kemajuan penulis walaupun terkadang penulis lemot, pelupa, dan suka membangkang.
5. Sahabat-sahabat Sobat Binal yaitu Aji, Dio, Hanif, Hafiz, Piki, Kiwi, Sols, Memet, Risman, Terry, Arif, Salam, Eko, dan Bagus yang selalu setia menemani masa perkuliahan penulis dari jaman maba hingga sekarang meskipun mayoritas penghuni grup adalah orang-orang dengan golongan *fake*.
6. Sahabat-sahabat Kantong Krecek yaitu Abay, Abie, Aris, Blek, Rayi, Aji, Sam, Dimas, Hafiz, Badi, Emir, dan Ravi yang selalu setia memberi arahan penulis untuk hidup kearah jalan yang lebih lurus. Terima kasih untuk semua karena bersedia secara sukarela menjadi sahabat-sahabat penulis.
7. Sahabat-sahabat wanita saya yaitu Emil, Fio, Thia, Nikita, Puti, Marina, Nanay, Ara, dan Zamilla yang selalu menyemangati penulis untuk menjadi makhluk hidup yang lebih hidup. Namun terkadang karena mereka terlalu semangat jadi terlalu berisik sampai-sampai telinga penulis berdengung.
8. Kepada ETDA yaitu Emil, Teo, dan Ara yang selalu menyemangati penulis untuk siding magang tepat waktu meskipun kenyataannya menjadi urutan terakhir.
9. Seluruh teman-teman peminatan Komunikasi Markom angkatan 2015 yang selalu mendukung penulis baik dalam proses pencarian tempat magang hingga penyusunan laporan magang meskipun mayoritas pasti hanya sekedar formalitas belaka, bahkan ucapan terima kasih ini murni hanyalah formalitas belaka.
10. Seluruh teman-teman Komunal 15 yang semuanya memiliki sifat kurang ajar karena selalu pasif ketika ada orang bertanya di grup. Terima kasih karena

selalu konsisten dan tetap orisinil dengan segala drama yang kalian ciptakan selama 3 tahun ini.

11. Teman-teman Komunal keseluruhan khususnya yang masih suka kelihatan mulai dari 14, 16, 17, 18 yang selalu memberikan dukungan dan semangatnya satu sama lain sehingga penulis merasakan UKM dan Kampus seperti rumah kedua, meskipun kamar mandinya bau.
12. Kepada Memet dan Rifda yang secara tiba-tiba kita bertiga termasuk penulis menjadi golongan orang-orang yang teraniaya oleh sistem. Terima kasih karena sudah menyemangati satu sama lain. Ingat, masuk sama-sama, keluar bersama-sama!
13. Terima kasih kepada seluruh orang-orang yang selalu bersikap baik terhadap penulis. Penulis harap orang-orang tersebut dapat diberikan tempat terbaik di surga, secepatnya.

Akhir kata, skripsi ini penulis persembahkan untuk keluarga penulis tercinta, untuk kekasih, untuk sahabat-sahabat, untuk “Komunal 2015” serta semua orang yang mendukung penulis dalam keadaan apapun. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 30 Juli 2019



Albertus Danang Wicaksono

ANALISIS PENGARUH AKTIVASI MEREK PROGRAM “*CAMPUS GOES TO SCHOOL*” UNIVERSITAS BAKRIE TERHADAP PREFERENSI MEREK SISWA SMA KELAS XII DI JABODEBEK

ALBERTUS DANANG WICAKSONO

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti mengenai Analisis Pengaruh Aktivasi Merek Program “*Campus Goes to School*” Universitas Bakrie Terhadap Preferensi Merek Siswa SMA Kelas XII di Jabodebek. Terdapat dua variabel yang diteliti yaitu Variabel X (Aktivasi merek) dan Variabel Y (Preferensi Merek). Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) 1. Untuk mengetahui pengaruh aktivasi merek program “*Campus Goes to School*” Universitas Bakrie terhadap preferensi merek siswa SMA kelas XII di Jabodebek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan subyek penelitian adalah siswa SMA kelas XII di wilayah Jabodebek yang sekolahnya didatangi oleh tim CGTS Universitas Bakrie pada bulan Februari 2019. Data diperoleh dari kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan (1) keseluruhan dimensi variabel X (Aktivasi Merek) sudah optimal (2) keseluruhan dimensi variabel Y (Preferensi Merek) sudah optimal (3) terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 yang memiliki arti bahwa variabel X (Aktivasi Merek) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Preferensi Merek), (4) variabel X (Aktivasi Merek) memiliki pengaruh sebesar 36,5% terhadap variabel Y (Preferensi Merek).

Kata Kunci : Preferensi Merek, Aktivasi Merek, SMA, Universitas

ANALISIS PENGARUH AKTIVASI MEREK PROGRAM “CAMPUS GOES TO SCHOOL” UNIVERSITAS BAKRIE TERHADAP PREFERENSI MEREK SISWA SMA KELAS XII DI JABODEBEK

ALBERTUS DANANG WICAKSONO

ABSTRACT

This research examines the Analysis of the Effect of Brand Activation of Bakrie University's "Campus Goes to School" Program Against the Brand Preference of Class XII High School Students in Jabodebek. There are two variables studied, namely Variable X (Brand Activation) and Variable Y (Brand Preference). The objectives of this study were (1) 1. To determine the effect of Bakrie University's brand "Campus Goes to School" activation on the brand preference of class XII high school students in Jabodebek. The method used in this study was quantitative and the research subjects were high school students of class XII in the Jabodebek area whose schools were visited by the Bakrie University CGTS team in February 2019. Data were obtained from questionnaires and data analysis using simple linear regression. The results show (1) the overall dimensions of variable X (Brand Activation) are optimal (2) the overall dimensions of variable Y (Brand Preference) are optimal (3) there is a significance value of 0,000 which means that variable X (Brand Activation) has an influence on variable Y (Brand Preference), (4) variable X (Brand Activation) has an influence of 36.5% on variable Y (Brand Preference).

Keywords: Brand Preference, Brand Activation, High School, University

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II.....	8
KERANGKA TEORETIS.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Teoritis.....	18
2.2.1 Brand.....	18
2.2.2 <i>University Branding</i>	23
2.2.3 Aktivasi Merek atau <i>Brand Activation</i>	23
2.2.4 Preferensi Merek atau <i>Brand Preference</i>	28
2.3 Kerangka Teoretis.....	31

2.4 Hipotesis	32
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Metode Penelitian	33
3.2 Populasi dan <i>Sampling</i>	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 <i>Sampling</i>	35
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1 Sumber Data	37
3.3.2 Teknik Pengumpulan	37
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel	38
3.5 Teknik Analisis Data	40
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	42
3.7 Keterbatasan Penelitian	43
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Profil Universitas Bakrie	45
4.1.2 Profil <i>Campus Goes to School</i> Universitas Bakrie	47
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Karakteristik Responden	48
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	50
4.2.3 Deskripsi Jawaban Responden	50
4.2.4 Kumulatif X dan Y	62
4.2.5 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas	65
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis	67
4.3 Pembahasan	71
4.3.1 Variabel Aktivasi Merek CGTS Universitas Bakrie	71
4.3.2 Variabel Preferensi Merek Siswa SMA kelas XII	73
4.3.3 Pengaruh Aktivasi Merek CGTS Universitas Bakrie Terhadap Preferensi Merek Siswa SMA kelas XII	74

BAB V.....	77
KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN 1	82
LAMPIRAN 2.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Universitas Bakrie	45
---	----

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Faktor-faktor <i>Brand Activation</i> menurut Amin dalam Prawira (2013).....	27
Bagan 2. 2 Model Stimulus-Respon 33	32
Bagan 2. 3 Kerangka Pemikiran	32
Diagram 4. 1 Jenis Kelamin.....	48
Diagram 4. 2 Usia Responden	49

DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 3. 1 Tabel Perolehan Jumlah Populasi dan Sampel	37
Tabel 3. 2 Operasional dan Konseptualisasi Variabel Aktivasi Merek.....	39
Tabel 3. 3 Operasional dan Konseptualisasi Variabel Preferensi Merek.....	39
Tabel 4.1 Jawaban Pada Dimensi Interesting	50
Tabel 4.10 Reliabilitas Variabel X (Aktivasi Merek) dan Variabel Y	67
Tabel 4.11 Uji Signifikansi	68
Tabel 4.12 Uji Regresi	68
Tabel 4.13 Uji Regresi Coefficients	69
Tabel 4.2 Jawaban Pada Dimensi Incentive/ Motivation	52
Tabel 4.3 Jawaban Pada Dimensi Experience	55
Tabel 4.4 Jawaban Pada Dimensi Activation Involvement	56
Tabel 4.5 Jawaban Pada Dimensi Ekonomis	58
Tabel 4.6 Jawaban Pada Dimensi Non Ekonomis	60
Tabel 4.7 Kategori Nilai Aktivasi Merek (X)	63
Tabel 4.8 Kategori preferensi merek (Y).....	64
Tabel 4.9 Pre-test Uji Reliabilitas Variabel X (Aktivasi Merek) dan Variabel Y (Preferensi Merek).....	66