

**UPAYA PENINGKATAN *BRAND AWARENESS*
BERDASARKAN ANALISIS FAKTOR-FAKTOR
YANG BERPENGARUH PADA *SMILE TABLE*
*DECOR***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun Oleh :

Nama : Yuvita Wahyudi

NPM : 2011610045



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2017**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Yuvita Wahyudi
NPM : 2011610045
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : UPAYA PENINGKATAN BRAND AWARENESS
BERDASARKAN ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
BERPENGARUH PADA SMILE TABLE DECOR

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juli 2017

Ketua Jurusan Teknik Industri

Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., M.I.M.

Pembimbing Pertama

Prof. Dr. Marcellia Susan K., Dra., MSIE

Pembimbing Kedua

Romy Loice, S.T., M.T.



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan



Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Yuvita Wahyudi

NPM : 2011610045

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul

**"UPAYA PENINGKATAN *BRAND AWARENESS* BERDASARKAN ANALISIS
FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA *SMILE TABLE DECOR*"**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, Juli 2017

Yuvita Wahyudi

NPM : 2011610045

ABSTRAK

Smile Table Decor merupakan bisnis dekorasi yang bergerak dalam bidang *event*, dekorasi menjadi salah satu bagian yang penting dalam menyusun suatu *event*. Terdapat beberapa pesaing dibidang ini. Pesaing tersebut mempunyai target pasar, lokasi dan *range* harga yang sama dengan *Smile Table Decor*. *Brand Awareness* pada *Smile Table Decor* penting untuk mengingatkan dan menginformasikan terhadap konsumen adanya produk tersebut, maka dari itu pentingnya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *brand awareness* pada *Smile Table Decor*. Pengambilan data menggunakan penyebaran kuisisioner. *Brand awareness* mempunyai beberapa faktor yaitu *advertising awareness*, *advertising spend*, *price deal* dan *customer statisfaction*. Masing-masing variabel mempunyai indikator sebanyak 2 pertanyaan. Dilakukan perhitungan validitas untuk keempat variabel tersebut dan didapatkan untuk X4 indikator pertama tidak valid, sehingga indikator tersebut dihilangkan. Setelah itu dilakukan pengujian untuk normalitas, asumsi klasik dan uji regresi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan regresi linear berganda. berdasarkan data yang diperoleh berdasarkan kuisisioner di dapatkan persamaan regresi linear berganda $Y = 8.431 + 0,602 X_1 + 0,173 X_2 + 0,195 X_3 + 0,095 X_4$. Berdasarkan persamaan tersebut didapatkan hasil bahwa faktor X1 *advertising awareness* berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness*. Usulan yang diberikan terhadap *Smile Table Decor* yaitu meingkatkan dan memperbanyak iklan di media untuk meningkatkan *brand awareness*.

ABSTRACT

Smile Table Decor business is a decoration business that is a part of event, decoration becomes one of the important parts in arranging an event. There are several competitors in this field. The competitor has a target market, location and price range similar to the decoration *Smile Table Decor*. Brand Awareness in the *Smile Table Decor* business is important to remind and inform the consumers of the product, therefore it is important to know what factors can affect brand awareness On decoration *Smile Table Decor*. Data collection using questionnaire distribution. Brand awareness has several factors: advertising awareness. Advertising spend, price deal and customer satisfaction. Each variable has an indicator of 2 questions. Performed the calculation of validity for the four variables and obtained for the first X4 indicator is invalid, so the indicator is removed. After that tested for normality, classical assumptions and regression tests. The method used in this research is using multiple linear regression. Based on the data obtained based on the questionnaire obtained multiple linear regression equation $Y = 8.431 + 0.602 X1 + 0.173 X2 + 0.195 X3 + 0.095 X4$. Based on the equation, it is found that X1 advertising awareness factor has significant effect on brand awareness. The proposal given to the *Smile Table Decor* business is to increase and increase advertising in the media to increase brand awareness.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kasih. karena oleh berkat, rahmat, dan penyertaannya telah membuat penulis mampu menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Laporan Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri di Fakultas Teknologi Industri Unversitas Katolik Parahyangan.

Dalam pembuatan Laporan Skripsi ini banyak keterbatasan dan kesulitan yang dihadapi, meskipun demikian penulis mendapatkan banyak masukan, semangat, kritik, bantuan, dukungan moral, nasihat, dan doa dari berbagai pihak dalam proses pembuatan Laporan Skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Marcellia Susan K., Dra., MSIE. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Romy Loice ST.,MT. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dalam bimbingan Laporan Skripsi ini, memberi bantuan baik dalam bentuk ilmu, nasihat dan saran dalam proses pembuatan Laporan Skripsi ini. Terima kasih juga untuk motifasi dan dukungan yang terus mengalir selama pembuatan skripsi ini untuk selesai tepat pada waktunya.
2. Ibu Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. dan Bapak Dr. Paulus Sukpto, Ir., MBA. selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan selama sidang proposal yang berguna untuk kelengkapan skripsi ini.
3. Ibu Kristiana Asih Damayanti , S.T., M.T. dan Ibu Loren Pratiwi, S.T., M.T. selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak evaluasi dan masukan selama sidang skripsi yang berguna untuk menyempurnakan laporan ini.
4. Bapak Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., M.I.M, selaku koordinator skripsi yang menyetujui pembuatan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya.
5. Papa dan Mama yang telah membesarkan penuh kasih sayang dan pengorbanan dalam memberikan dukungan secara jasmani dan rohani sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) Program Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan,

6. Riesky Slamet Sugiarto., S.E yang selalu menemani, memberi masukan, mendukung, memberi pengertian tentang artinya tanggung jawab dan mengingatkan pembuatan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
7. Seluruh keluarga tercinta yang memberikan doa, dukungan baik moril dan materil, serta semangat kepada penulis dalam penyusunan Laporan Skripsi ini.
8. Kepada seluruh teman-teman dekat Marcella, Grace, Diah dan Devi yang terus memberikan doa, dukungan dan semangat sampai akhir pembuatan skripsi ini.
9. Kepada seluruh teman-teman Teknik Industri angkatan 2011 yang telah sama-sama berjuang selama kuliah dan memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Laporan Skripsi ini.
10. Untuk semua pihak yang belum disebutkan. Penulis ucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya untuk peran kalian dalam kehidupan penulis.
Semoga Laporan Skripsi ini dapat berguna bagi pihak perusahaan, dan semua pihak yang berkepentingan.

Bandung, Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	I-2
1.3 Pembatasan Masalah.....	I-5
1.4 Tujuan Penelitian.....	I-5
1.5 Manfaat Penelitian.....	I-5
1.6 Metodologi Penelitian	I-6
1.6 Sistematika Penulisan	I-8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Definisi merek.....	II-1
II.2 Ekuitas Merek.....	II-1
II.2.1 <i>Brand Awareness</i>	II-2
II.2.2 <i>Advertising Spend</i>	II-3
II.2.3 <i>Advertising Awareness</i>	II-4
II.2.4 <i>Price Deals</i>	II-5
II.2.5 <i>Customer Satisfaction</i>	II-5
II.3 Model Penelitian	II-5
II.4 Metode Regresi Linear	II-7
II.5 Pengujian Data	II-8
II.5.1 Uji Validitas.....	II-8
II.5.2 Uji Reliabilitas	II-8

II.6 Uji Asumsi Klasik	II-9
II.6.1 Uji Normalitas	II-9
II.6.2 Uji Multikolinieritas	II-10
II.6.3 Uji Heteroskedastisitas	II-10
II.7 Perhitungan Garis Kontinum.....	II-10

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Jenis Penelitian.....	III-1
III.2 Definisi Operasionalisasi Variabel (DOV)	III-3
III.3 Teknik Pengambilan <i>Sample</i>	III-6
III.4 Perancangan dan Penyebaran Kuisisioner	III-6
III.5 Analisis Deskriptif Data Responden	III-7
III.5.1 Jenis Kelamin Responden	III-7
III.5.2 Usia.....	III-8
III.5.3 Pendidikan dan Bidang Pekerjaan.....	III-8
III.6 Pengujian Data	III-9
III.6.1 Uji Validitas	III-9
III.6.2 Uji Reliabilitas	III-11
III.7 Uji Asumsi Klasik	III-11
III.7.1 Uji Normalitas	III-11
III.7.2 Uji Multikolinieritas	III-12
III.7.3 Uji Heteroskedastisitas	III-13
III.7.4 Uji Pengaruh Regresi.....	III-13
III.7.5 Perhitungan Kategori Pada Persamaan Y Regresi	III-15
III.7.6 Koefisien Korelasi	III-16
III.7.7 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	III-18
III.7.8 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)	III-19
III.8 Deskriptif Data Penelitian	III-22
III.8.1 Variabel <i>Advertising Awareness</i>	III-22
III.8.2 Variabel <i>Advertising Spend</i>	III-25
III.8.3 Variabel <i>Price Deals</i>	III-28
III.8.4 Variabel <i>Customer Statisfaction</i>	III-30
III.8.5 Variabel <i>Brand awareness</i>	III-32
III.9 Usulan untuk meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Bisnis Dekorasi X...	III-36

BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Bisnis Dekorasi X.....	IV-1
IV.2 Analisis Pemilihan Variabel Independen.....	IV-1
IV.3 Analisis Deskriptif Penelitian	IV-2
IV.4 Analisis Pengumpulan data.....	IV-2
III.4.1 Analisis Kuisisioner	III-3
III.4.2 Analisis Penentuan Responden dan <i>sample</i>	III-3
III.4.3 Analisis Metode Sampling	III-4
III.4.4 Analisis Hasil Kuisisioner Responden.....	III-4
IV.5 Analisis Pengujian Data	IV-4
IV.6 Analisis Metode Regresi Linear Berganda.....	IV-5
IV.7 Analisis Variabel Y Dan Variabel Y Persamaan Regresi Linier Berganda.....	IV-6
IV.8 Analisis Data Awal dan Hasil Data Akhir	IV-6
IV.9 Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Bisnis Dekorasi X	IV-7
IV.10 Usulan Perbaikan	IV-8
III.10.1 Usulan Perbaikan untuk <i>Advertising Awareness</i>	III-8
III.10.2 Usulan Perbaikan untuk <i>Advertising Spend</i>	III-8
III.10.3 Usulan Perbaikan untuk <i>Price Deals</i>	III-9
III.10.4 Usulan Perbaikan untuk <i>Customer Satisfaction</i>	III-9
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 V-1
V.1 KESIMPULAN.....	V-1
V.2 SARAN.....	V-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Variabel yang Berpengaruh Terhadap <i>Brand Awareness</i>	III-2
Tabel III.2 Tabel Definisi Operasionalisasi Variabel (DOV).....	III-4
Tabel III.3 Jenis Kelamin Responden.....	III-8
Tabel III.4 Usia	III-8
Tabel III.5 Bidang Pekerjaan Responden.....	III-9
Tabel III.6 Tabel Korelasi	III-10
Tabel III.7 Uji Reliabilitas Variabel X	III-11
Tabel III.8 Uji Reliabilitas Variabel Y	III-11
Tabel III.9 Uji Normalitas	III-12
Tabel III.10 Uji Multikolinieritas.....	III-12
Tabel III.11 Koefisien Regresi	III-14
Tabel III.12 Perhitungan Rata-Rata X1 sampai X4	III-15
Tabel III.13 Koefisien Korelasi.....	III-16
Tabel III.14 Koefisien Korelasi Taksirannya	III-16
Tabel III.15 Koefisien Beta x Zero Order	III-17
Tabel III.16 Uji F	III-18
Tabel III.17 Uji t	III-19
Tabel III.18 Saya Mengingat Banyak Iklan Smile Table Decor Yang Muncul Ke Media Sosial	III-23
Tabel III.19 Saya Mengingat Jumlah Iklan Yang Muncul Di Media Sosial	III-23
Tabel III.20 Resume Variabel <i>Advertising Awareness</i>	III-24
Tabel III.21 Saya Melihat Banyak Iklan Smile Table Decor Yang Muncul Di media Sosial	III-25
Tabel III.22 Iklan Yang Muncul Lebih Baik Dari Pada Kompetitor.....	III-26
Tabel III.23 Resume Variabel <i>Advertising Spend</i>	III-27
Tabel III.24 Smile Table Decor Memberikan Harga Tetap dan Jelas.....	III-28
Tabel III.25 Smile Table Decor jarang memberikan Harga Promosi	III-28
Tabel III.26 Resume Variabel <i>Price Deals</i>	III-29
Tabel III.27 Saya Puas dengan Layanan Smile Table Decor.....	III-30
Tabel III.28 Resume Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	III-31
Tabel III.29 Saya Sadar Akan Merek Smile Table Decor	III-32

Tabel III.30 Saya Cepat Mengingat dan Mengenali Logo.....	III-32
Tabel III.31 Saya Sadar Secara Cepat Merek Tersebut Masuk Dalam Kategori Dekorasi.....	III-33
Tabel III.32 Saya Mengenali Merek Tersebut Seperti Apa	III-34
Tabel III.33 Saya Mengetahui Merek Tersebut Sangat Familiar	III-34
Tabel III.34 Resume Variabel <i>Brand Awareness</i>	III-35

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Contoh Dekorasi Meja Pada Bisnis Dekorasi X	I-2
Gambar I.2 Gambar Metodologi Penelitian	I-6
Gambar II.1 Model Penelitian Variabel Bebas dan Variabel Terikat	II-7
Gambar III.1 Model Penelitian	III-3
Gambar III.2 Uji Heteroskedastisitas	III-13
Gambar III.3 Garis Kontinum Untuk Y Persamaan.....	III-16
Gambar III.4 Uji t Variabel X1	III-19
Gambar III.5 Uji t Variabel X2.....	III-20
Gambar III.6 Uji t Variabel X3.....	III-21
Gambar III.7 Uji t Variabel X4.....	III-22
Gambar III.8 Garis Kontinum X1 Kategori Instrumen Pertama	III-23
Gambar III.9 Garis Kontinum X1 Kategori Instrumen Kedua.....	III-24
Gambar III.10 Garis Kontinum Resume Variabel X1	III-25
Gambar III.11 Garis Kontinum X2 Kategori Instrumen Pertama	III-25
Gambar III.12 Garis Kontinum X2 Kategori Instrumen Kedua.....	III-26
Gambar III.13 Garis Kontinum Resume Variabel X2.....	III-27
Gambar III.14 Garis Kontinum X3 Kategori Instrumen Pertama	III-28
Gambar III.15 Garis Kontinum X3 Kategori Instrumen Kedua.....	III-29
Gambar III.16 Garis Kontinum Resume Variabel X3.....	III-30
Gambar III.17 Garis Kontinum X4 Kategori Instrumen Pertama	III-31
Gambar III.18 Garis Kontinum X4 Kategori Instrumen Kedua.....	III-32
Gambar III.19 Garis Kontinum Resume Variabel X4.....	III-33
Gambar III.20 Garis Kontinum Y Kategori Instrumen Pertama	III-33
Gambar III.21 Garis Kontinum Y Kategori Instrumen Kedua.....	III-34
Gambar III.22 Garis Kontinum Y Kategori Instrumen Ketiga.....	III-34
Gambar III.23 Garis Kontinum Y Kategori Instrumen Keempat.....	III-34
Gambar III.24 Garis Kontinum Y Kategori Instrumen Kelima	III-35
Gambar III.25 Garis Kontinum Resume Variabel Y	III-36
Gambar III.26 Iklan <i>Smile Table Decor</i> di Instagram.....	III-37
Gambar III.27 Jangkauan Pengguna Iklan <i>Smile table decor</i> di Instagram ...	III-38

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A DATA KUISIONER

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Memulai usaha baru memang bukanlah perkara yang mudah, berbagai tantangan dan persaingan pasar turut mewarnai perkembangan sebuah usaha. Dalam menjalankan bisnis, adanya persaingan pasar memang bukan hal yang baru. Baik usaha yang memang memiliki peluang pasar cukup bagus, ataupun peluang usaha yang pasarnya tidak terlalu bagus. Ada atau tidaknya peluang suatu usaha diukur dengan tingginya permintaan pasar. Semakin tingginya *demand* dari waktu ke waktu dan rendahnya *supply*, maka peluang yang diberikan akan semakin besar.

Maraknya pertumbuhan usaha saat ini ternyata berhasil menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat. Keadaan ini tentu saja memaksa para pengusaha untuk menggunakan berbagai cara dalam strategi pemasaran mereka. Banyak cara yang mereka lakukan agar usahanya tidak kalah bersaing dengan peluang usaha lainnya, sehingga masih bisa bertahan bahkan berkembang ditengah persaingan pasar yang semakin ramai.

Dekorasi menjadi salah satu bagian yang penting dalam menyusun suatu *event*. Hal ini menyebabkan munculnya banyak persaingan di bidang dekorasi yang semakin lama semakin melesat. Terdapat beberapa perusahaan pesaing dibidang ini yaitu Surprise Decoration, Sun Creative dan Helloflair, sehingga ini menjadi tantangan tersendiri bagi *Smile Table Decor* untuk dapat bersaing dengan pesaing-pesaingnya. Pesaing tersebut mempunyai target pasar dan *range* harga yang hampir sama dengan *Smile Table Decor* . Pesaing juga mempunyai lokasi bisnis yang sama yaitu di Kota Bandung. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih yaitu mengacu kepada seluruh warga yang berada di Bandung yang tertarik dan pernah melihat langsung hasil dekorasi X. Pengambilan sampel merupakan proses pemilihan anggota populasi yaitu wanita dan pria dengan rentang umur 17 tahun hingga 50 tahun, dimana kuesioner diberikan pada konsumen dan teman-teman konsumen yang datang serta pernah merasakan dan melihat langsung *Smile Table Decor*. Kelemahan dari

penelitian ini beberapa yang tidak tertarik bahkan belum pernah melihat dan merasakan langsung *Smile Table Decor* tidak menjadi target responden. Dekorasi ini berfokus kepada acara-acara seperti *baby shower*, *bridal shower*, *sweet seventeen* dan ulang tahun anak.

Brand awareness pada *Smile Table Decor* penting untuk mengingatkan dan menginformasikan terhadap konsumen adanya produk tersebut, maka dari itu *brand awareness* merupakan suatu hal yang penting pada sebuah perusahaan. *Smile Table Decor* masih mempunyai *brand awareness* yang rendah berdasarkan pengujian awal di Januari tahun 2016, sehingga hal ini penting untuk ditingkatkan. Rendahnya *brand awareness* pada *Smile Table Decor* yaitu selain *Smile Table Decor* ini masih terbilang cukup baru dan belum adanya pengenalan produk tersebut pada konsumen, untuk itu perlu dilakukan analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Smile Table Decor* dalam meningkatkan *brand awareness*.

Gambar ini merupakan beberapa contoh dekorasi meja pada *Smile Table Decor*



Gambar I.2. Contoh Dekorasi Meja Pada *Smile Table Decor*

I.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

Smile Table Decor merupakan perusahaan perorangan yang berdiri sejak akhir November 2015 dan bergerak di bidang jasa, yakni mendekorasi sebuah acara atau *event* seperti ulang tahun, *bridal shower* dan *baby shower*. Jasa yang diberikan berupa dekorasi untuk meja makan maupun untuk panggung. *Brand awareness* adalah kemampuan calon pembeli atau konsumen untuk mengenali maupun mengingat sebuah merek. Dalam hal ini tentunya bisa meliputi nama, gambar/ logo, serta slogan tertentu yang digunakan para pelaku pasar untuk mempromosikan produk-produknya (Aaker, 1996).

Menurut Aaker (1996) terdapat empat tingkatan atau level pada *Brand awareness*, yaitu terdiri dari *unaware brand* (tidak menyadari merek) adalah tingkat terendah dalam piramida merek, dimana konsumen tidak menyadari adanya suatu merek, *brand recognition* (pengenalan merek) adalah tingkat minimal kesadaran merek di mana hal ini penting ketika seorang pembeli memilih suatu merek pada saat melakukan pembelian, *brand recall* (pengingatan kembali merek) adalah pengingatan kembali terhadap merek tanpa lewat bantuan karena berbeda dengan tugas pengenalan, *top of mind* (puncak pikiran) adalah merek yang pertama kali diingat ketika konsumen ditanya tentang kategori suatu produk yang dapat diingat kembali secara spontan tanpa bantuan.

Semakin tinggi level *brand awareness* berarti suatu merek makin diingat atau berada di benak konsumen dibanding merek lainnya. *Brand awareness* bukan menjadi suatu daya ingat saja, tetapi merupakan suatu proses pembelajaran bagi konsumen terhadap suatu merek. Membangun *brand awareness* biasanya dilakukan dalam waktu yang lama, karena penghafalan bisa berhasil dengan repetisi dan penguatan.

Berdasarkan teori menurut Aaker (1996), *Smile Table Decor* ini berdiri di akhir November 2015 merupakan perusahaan jasa yang masih berada di tingkat terendah, yaitu *Unaware brand*. Dimana konsumen masih tidak menyadari adanya suatu merek *Smile Table Decor*, sehingga *Smile Table Decor* melakukan langkah-langkah untuk meningkatkan *brand awareness*. Berikut ini merupakan penyebab *Smile Table Decor* ini belum banyak dikenal :

1. *Smile Table Decor* belum lama berdiri

Smile Table Decor merupakan bisnis dekorasi yang telah berdiri pada bulan november 2015, sehingga bisnis dekorasi ini belum terbilang sangat lama. Dengan jangka waktu tersebut bisnis dekorasi ini masih belum mempunyai *brand awareness* yang tinggi di kalangan konsumen. Penetapan cara untuk meningkatkan *brand awareness* yang diberikan pada *Smile Table Decor* ini juga masih belum terstruktur dan tertata dengan baik. Belum tepatnya strategi yang digunakan, dimana perusahaan kurang memperhatikan kemampuan media lainnya dalam menjangkau konsumen, sehingga pesan yang disampaikan kurang menyebar luas.

2. Kurangnya pengenalan produk terhadap konsumen

Banyak konsumen yang tidak mengenal *Smile Table Decor* ini. Hal ini dikarenakan masih kurangnya pengenalan produk terhadap konsumen. *Smile Table Decor* ini masih belum memperhatikan faktor-faktor yang mampu meningkatkan pengenalan produk jasa pada konsumen.

3. *Brand awareness Smile Table Decor* rendah

Komunikasi yang rendah dengan konsumen menyebabkan rendahnya *brand awareness Smile Table Decor* terhadap konsumen. Banyak orang yang tidak mengetahui adanya bisnis dekorasi ini.

Rendahnya *brand awareness* pada *Smile Table Decor* akan dibuktikan dari studi awal dengan melakukan wawancara kepada 30 responden yang berada di Kota Bandung. Responden yang dipilih adalah orang yang tertarik dan pernah melihat langsung *Smile Table Decor*, yang diberikan kepada teman-teman serta konsumen dari *Smile Table Decor*. Rentang usia yang diambil untuk wawancara yaitu 17 hingga 50 tahun. Melalui studi awal menggunakan wawancara ini dapat disimpulkan apakah responden mengetahui atau tidak merek *Smile Table Decor*. Berdasarkan pertanyaan yang telah diberikan, maka didapatkan hasil bahwa 20 responden dengan persentase sebesar 66% responden tidak mengetahui *Smile Table Decor* dan hanya 10 responden dengan persentase sebesar 34% saja yang mengetahui *Smile Table Decor* tersebut dari total keseluruhan 30 responden. Berdasarkan penelitian tersebut

didapatkan bahwa persentase seseorang yang mengetahui bisnis dekorasi ini masih rendah.

Berdasarkan beberapa masalah yang telah diidentifikasi, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut ini :

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi *brand awareness* pada *Smile Table Decor* ?
2. Apa saja usulan untuk meningkatkan *brand awareness* untuk *Smile Table Decor* ?

I.3 Pembatasan Masalah

Dalam melakukan suatu penelitian, dibutuhkan suatu pembatasan masalah yang bertujuan agar penelitian yang dilakukan lebih terarah. Pembatasan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian berfokus pada *brand awareness* pada *Smile Table Decor* .
2. Penelitian akan *brand awareness Smile Table Decor* di Kota Bandung.
3. Penelitian terhadap beberapa elemen atau faktor-faktor yaitu *advertising spend, advertising awareness, price deals, customer satisfaction* dan *brand awareness* yang dapat diukur mempengaruhi *brand awareness Smile Table Decor* .

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini disesuaikan dengan identifikasi masalah yang telah dilakukan, yaitu:

1. Menganalisis faktor-faktor apa saja yang mampu mempengaruhi *brand awareness* pada *Smile Table Decor* .
2. Memberikan usulan yang bisa membentuk *brand awareness* pada *Smile Table Decor* .

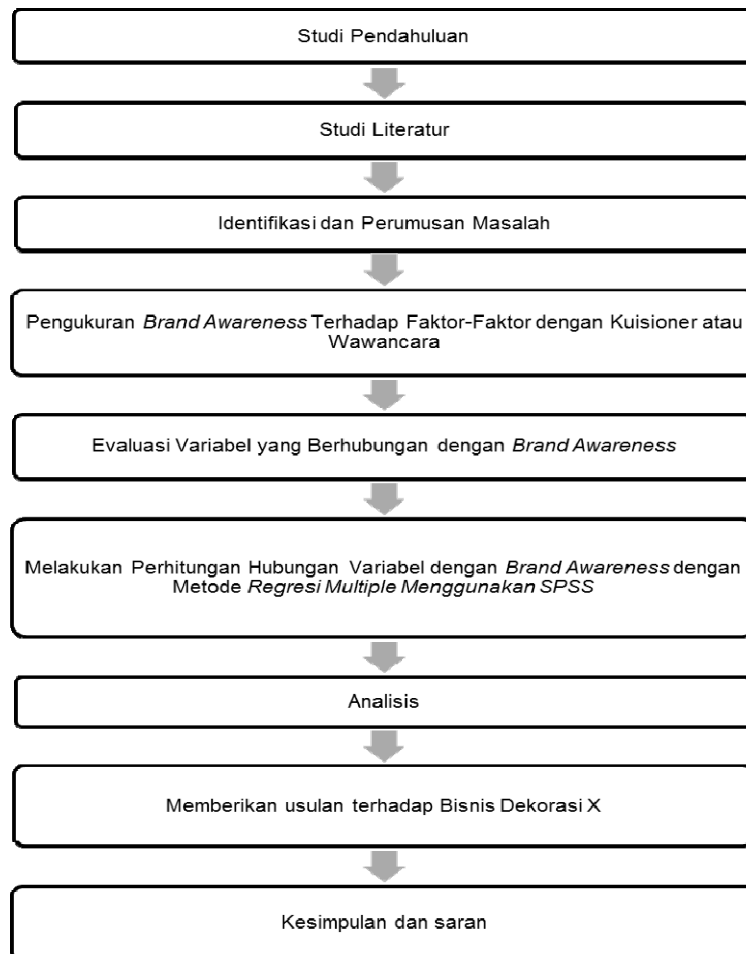
I.5 Manfaat Penelitian

Penyusunan skripsi ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi beberapa pihak dibawah ini:

1. Membantu *Smile Table Decor* untuk memahami masalah-masalah yang terjadi.
2. Memberikan strategi pemasaran yang cocok untuk meningkatkan *brand awareness* di *Smile Table Decor*.
3. Diharapkan strategi yang diberikan dapat mengubah *Brand awareness* dari *unaware brand* menjadi merek yang dikenal oleh konsumen.
4. Mampu mengembangkan ilmu di bidang manajemen merek terutama tentang *Brand awareness*.

I.6 Metodologi Penelitian

Berikut ini merupakan gambar metodologi penelitian yang akan dilakukan pada *Smile Table Decor* :



Gambar I.2 Metodologi Penelitian

1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan tahap awal dari sebuah penelitian. Langkah ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam meningkatkan *brand awareness Smile Table Decor* di Kota Bandung. Studi pendahuluan juga bertujuan untuk melihat gambaran mengenai latar belakang permasalahan yang ada.

2. Studi Literatur

Setelah melakukan studi pendahuluan, peneliti mempelajari mengenai teori-teori yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian. Teori-teori tersebut digunakan sebagai acuan dasar metode penelitian yang dilakukan.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah.

Tahap ini didefinisikan permasalahan-permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Permasalahan ini diperoleh dari studi pendahuluan yang sudah dilakukan sebestumnya sehingga menghasilkan pertanyaan-pertanyaan dari masalah yang ada. Identifikasi yang dibuat berisi masalah tentang rendahnya *brand awareness* pada *Smile Table Decor*. Rendahnya *brand awareness* disebabkan karena bisnis dekorasi ini masih terbilang baru dan kurangnya strategi-strategi untuk pengenalan produk dekorasi X terhadap konsumen.

4. Pengukuran *Brand awareness* Terhadap Faktor-Faktor

Pada tahap ini dilakukan studi awal dengan melakukan pengukuran terhadap *brand awareness* dilakukan dengan melakukan wawancara. Wawancara mengacu kepada seluruh warga Bandung dengan rentang umur 17 hingga 50 tahun. Jumlah responden yang diwawancarai yaitu berjumlah 30 orang.

5. Evaluasi Variabel yang Berhubungan dengan *Brand awareness*

Pada tahap ini dilakukan evaluasi variabel-variabel yang berhubungan dan ada kaitannya dengan *brand awareness*. Variabel tersebut didapatkan dari literatur dan dilakukan pemilihan variabel yang sesuai untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan *brand awareness Smile Table Decor*.

6. Melakukan Perhitungan Hubungan antar Variabel dengan *Brand awareness* dengan metode regresi linier menggunakan aplikasi SPSS

Selanjutnya dilakukan perhitungan hubungan antara variabel dengan metode *regresi mutiple*. Metode ini digunakan untuk mengetahui

hubungan faktor-faktor antara *variable independen* dengan *variable dependent*.

7. Analisis

Pada tahap ini dilakukan analisis dari hasil perhitungan menggunakan metode *regresi linier*. Analisis ini bertujuan untuk menjelaskan hasil dari perhitungan penelitian, sehingga dapat diberikan kesimpulan hasil akhir dan usulan yang harus dilakukan.

8. Kesimpulan dan Saran

Memberikan usulan untuk menetapkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan *brand awareness* terhadap *Smile Table Decor*, sehingga merek tersebut dapat menjadi salah satu pilihan bagi konsumen.

I.7 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pada Bab I Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan dari penelitian yang dilakukan

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada Bab II tinjauan pustaka berisi tentang teori-teori yang menunjang penelitian serta metode apa yang digunakan untuk menuntun penulis dalam menyelesaikan pembuatan skripsi.

BAB III Pengukuran dan Evaluasi Variabel *Brand awareness*

Pada Bab III pengukuran dan evaluasi variabel *brand awareness* Data berisi tentang data-data yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner.

BAB IV Analisis dan Usulan Peningkatan *Brand awareness*

Pada Bab V Analisis berisi tentang analisis penulis terhadap hasil wawancara dan data yang diperoleh yang akan digunakan untuk usulan perbaikan.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada Bab VI Kesimpulan dan Saran berisi tentang kesimpulan penelitian yang menjawab rumusan masalah yang ada dan saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.