

**PENGARUH FAKTOR – FAKTOR *BRAND AWARENESS*,
WORD OF MOUTH (WOM), *PERCEIVED QUALITY*, *BRAND USAGE*,
BRAND PERFORMANCE, *INNOVATION AWARENESS*,
CSR AWARENESS, DAN *GREEN AWARENESS* DALAM MEMBANGUN
PERSEPSI TERHADAP MEREK TERBAIK**

**(Analisis *Structural Equation Modeling* Pengaruh Faktor – Faktor yang
Membangun Persepsi Terhadap Merek Terbaik Produk *Handphone* Global
Kota Solo Tahun 2015)**



Oleh:

Ulfa Arieza

D0211099

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2015

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

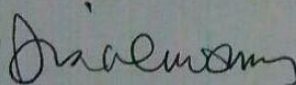
PENGARUH FAKTOR – FAKTOR *BRAND AWARENESS*,
WORD OF MOUTH (WOM), *PERCEIVED QUALITY*, *BRAND USAGE*,
BRAND PERFORMANCE, *INNOVATION AWARENESS*,
CSR AWARENESS, DAN *GREEN AWARENESS* DALAM MEMBANGUN
PERSEPSI TERHADAP MEREK TERBAIK
(Analisis *Structural Equation Modeling* Pengaruh Faktor – Faktor Yang
Membangun Persepsi Terhadap Merek Terbaik Produk *Handphone* Global
Kota Solo Tahun 2015)

Karya:

Nama : Ulfa Arieza
NIM : D0211099
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan panitia penguji skripsi
pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret.

Mengetahui,
Pembimbing



Diah Kusumawati, S.Sos., M.Si
NIP.19760101 200812 2 002

PENGESAHAN

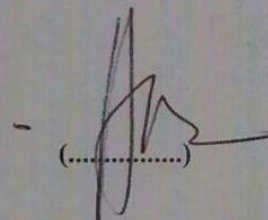
Telah Disetujui dan Disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi,
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 27 Oktober 2015

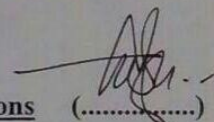
Panitia Penguji :

Penguji I : Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D
NIP. 19710217 199802 1 001



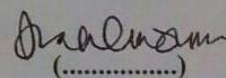
(.....)

Penguji II : Nora Nailul Amal, S.Sos., M.LMed, Hons
NIP.19810429 200501 2 002



(.....)

Penguji III : Diah Kusumawati, S.Sos., M.Si
NIP.19760101 200812 2 002



(.....)



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si
NIP. 1961 0825 1986 012001

HALAMAN MOTTO

...Tidak lengah sedikit pun dari pengetahuan Tuhanmu, walaupun sebesar *dzarrah*, baik di bumi ataupun di langit (QS. Yunus: 61).

Barang siapa yang menginginkan dunia hendaklah dia berilmu. Barang siapa yang menginginkan akhirat, hendaklah dia berilmu. Barang siapa yang menginginkan keduanya, hendaklah dia berilmu

- Pepatah Arab.

HALAMAN PERSEMBAHAN

**“Sebuah karya yang penulis persembahkan untuk Ibu dan Bapak,
atas semua lantunan doa, cinta kasih, perjuangan, dan kepercayaan.
Semoga bisa menjadi wujud bakti yang membanggakan”.**

KATA PENGANTAR

“Dengan Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang”

Puji syukur ke hadirat Allah SWT., yang telah melimpahkan segala petunjuk, pertolongan, dan kemudahan bagi setiap hamba – Nya. Penulis menyadari betul bahwa atas campur tangan-Nya, maka skripsi dengan judul “**PENGARUH FAKTOR – FAKTOR *BRAND AWARENESS, WORD OF MOUTH (WOM), PERCEIVED QUALITY, BRAND USAGE, BRAND PERFORMANCE, INNOVATION AWARENESS, CSR AWARENESS, DAN GREEN AWARENESS* DALAM MEMBANGUN PERSEPSI TERHADAP MEREK TERBAIK**“ dapat diselesaikan. Salam serta shalawat bagi junjungan kami, Nabi Muhammad SAW., yang telah membukakan gerbang ilmu bagi umat manusia.

Skripsi ini disusun sebagai wujud kontribusi penulis sebagai civitas akademika terhadap perkembangan fenomena – fenomena komunikasi, khususnya komunikasi yang dilakukan oleh pemilik merek *handphone* global. Mengingat bahwa *handphone* tidak lagi dipandang sebagai barang mewah, dimana setiap orang dapat mengoperasikannya. Peran komunikasi sangat penting untuk berinteraksi dengan konsumen pengguna *handphone* tersebut, yang totalnya melebihi populasi penduduk Indonesia. Komunikasi yang diciptakan hendaknya tidak sebatas menyampaikan pesan, namun mampu membangun persepsi terhadap merek terbaik. Luaran skripsi memaparkan pengaruh faktor – faktor efek komunikasi merek dalam membangun persepsi terhadap merek terbaik produk *handphone* global Kota Solo Tahun 2015, sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi pemilik merek

maupun perencanaan komunikasi dalam menyusun strategi komunikasi. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ch. Heny Dwi Surwati, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik.
4. Diah Kusumawati, S.Sos., M.Si selaku pembimbing skripsi, yang telah memberikan penulis kesempatan lebih dalam menimba ilmu dan mengembangkan diri. Terimakasih atas kesabaran, waktu, dan totalitas baik dalam membimbing skripsi maupun memberikan wawasan perjuangan hidup yang sebenarnya.
5. Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D dan Ibu Nora Nailul Amal, S.Sos., M.LMED, Hons, selaku penguji skripsi yang telah bersedia memberi koreksi dan masukan pada karya penulis.
6. Dr. Ir. Budi Suharjo, MS dari OPSI *Research Marketing and Training* Indonesia yang telah memberi kepercayaan bagi penulis untuk berproses dan berpartisipasi dalam proyek Solo Best Brand Index.
7. PT. Aksara Solopos selaku pihak penyelenggara Solo Best Brand Index.

8. Kedua orang tua (Ibu Erlinah Indriyani dan Bapak Bambang Sutiyono) yang senantiasa memberikan yang terbaik dari apa yang mereka miliki untuk menghantarkan anaknya pada kesuksesan.
9. Adek – adek terkasih, Rifda Haniefa dan Fauzi Azzindani yang memberi kepercayaan dan dukungan bagi penulis untuk menjadi panutan.
10. Teman – teman asisten dan tim Solo Best Brand Index atas kerjasama dan perjuangan selama dua tahun berturut – turut.
11. Teman – teman satu perjuangan dalam menyelesaikan skripsi, Echa, Galih, dan Artono atas kerjasamanya dalam menjawab segala kesulitan penelitian.
12. Teman – teman Ilmu Komunikasi angkatan 2011, khususnya Uli dan Ima yang telah memberi cerita selama empat tahun di bangku kuliah.
13. Keluarga kecil di Kota Solo, Nia, Nikita, Putri, Reni, Meli, Lia, Kinan, Vindi, Tami, Rizka, Bella, dan Erlina yang telah membuat hunian di rantau layaknya rumah.
14. Staff pendidikan FISIP UNS dan staff Jurusan Ilmu Komunikasi UNS yang telah mendukung kelancaran administrasi dan proses skripsi, dan
15. Pihak-pihak yang telah mendukung kelancaran skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari tidak ada sesuatu yang sempurna di dunia, termasuk skripsi yang penulis susun. Oleh karena itu, dengan senang hati penulis menerima segala kritik dan masukan yang membangun demi kebermanfaatan skripsi ini.

Solo, Oktober 2015

Penulis