

**PENGARUH PENAMAAN MEREK BERBAHASA
ASING TERHADAP CITRA MEREK *NUMBER
SIXTYONE* DI KOTA BEKASI DENGAN KOGNITIF
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

SKRIPSI

**Oleh:
Vira Febrian
201810415235**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**PENGARUH PENAMAAN MEREK BERBAHASA
ASING TERHADAP CITRA MEREK *NUMBER
SIXTYONE* DI KOTA BEKASI DENGAN KOGNITIF
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

SKRIPSI

Oleh:
Vira Febrian
201810415235



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Penamaan Merek Berbahasa Asing Terhadap Citra Merek *Number SixtyOne* di Kota Bekasi dengan Kognitif Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*

Nama Mahasiswa : Vira Febrian

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415235

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 April 2022

Jakarta, 26 April 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN 0310068902


Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN 0327119701

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penamaan Merek Berbahasa Asing Terhadap Citra Merek *Number SixtyOne* di Kota Bekasi dengan Kognitif Konsumen sebagai Variabel *Intervening*

Nama Mahasiswa : Vira Febrian

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415235

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 April 2022

Jakarta, 26 April 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Ratna Puspita, S.Sos., M.Si

NIDN : 0329088305

Penguji I : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN : 0310068902

Penguji II : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si

NIDN : 0319059501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP 2109527

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Penamaan Merek Berbahasa Asing Terhadap Citra Merek *Number SixtyOne* di Kota Bekasi Dengan Kognitif Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 26 April 2022

Yang membuat pernyataan,



10000
SEPULUH RIBU RUPIAH
METERAI TEMPEL
66844AJX802883403

Vira Febrian

201810415235

ABSTRAK

Vira Febrian. 201810415235. Pengaruh Penamaan Merek Berbahasa Asing Terhadap Citra Merek *Number SixtyOne* di Kota Bekasi Dengan Kognitif Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penamaan merek berbahasa asing terhadap citra merek *Number SixtyOne* di Kota Bekasi dengan kognitif konsumen sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menggunakan metode survei dan pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung *store Number SixtyOne* sebanyak 22.320. Sampel penelitian dipilih berdasarkan teknik *accidental sampling* dengan 100 responden dan menggunakan SPSS (*Statistical Product And Service Solutions*) Versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian dengan taraf signifikansi 5% diperoleh kesimpulan: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Penamaan Merek Berbahasa Asing dan Citra Merek *Number SixtyOne*; (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Penamaan Merek Berbahasa Asing dan Kognitif Konsumen *Number SixtyOne*; (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kognitif Konsumen dan Citra Merek *Number*; (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Penamaan Merek Berbahasa Asing terhadap Citra Merek dengan Kognitif Konsumen sebagai Variabel *Intervening*.

Kata Kunci : Penamaan Merek Berbahasa Asing, Citra Merek, Kognitif Konsumen.

ABSTRACT

Vira Febrian. 201810415235. *The Influence of Foreign Language Brand Naming on the Brand Image of Number SixtyOne in Bekasi City with Consumer Cognitive as an Intervening Variable*

This study is a quantitative study, aiming to find out how much influence foreign language brand naming has on the Number SixtyOne brand image in Bekasi City with consumer cognitive as an intervening variable. This study used a survey method and data collection was carried out using a questionnaire. The population in this study were 22,320 Number SixtyOne store visitors. The research sample was selected based on accidental sampling technique with 100 respondents and using SPSS (Statistical Product And Service Solutions) Version 25.

Based on the results of the study with a significance level of 5%, it was concluded: (1) There is a positive and significant influence between the variables of Foreign Language Brand Naming and Brand Image Number; (2) There is a positive and significant influence between the variables of Foreign Language Brand Naming and Consumer Cognitive Number SixtyOne; (3) There is a positive and significant influence between the variable Consumer Cognitive and Brand Image Number SixtyOne; (4) There is a positive and significant influence between the Foreign Language Brand Naming variable on Brand Image and Consumer Cognitive as an Intervening Variable.

Keywords: *Foreign Language Brand Naming, Brand Image, Consumer Cognitive.*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENAMAAN MEREK BERBAHASA ASING TERHADAP CITRA MEREK *NUMBER SIXTYONE* DI KOTA BEKASI DENGAN KOGNITIF KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*”**. Laporan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini peneliti mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada keluarga tercinta terutama kedua orang tua, yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan doa. Peneliti juga ingin menyampaikan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs., H. Bambang Karsono, SH., MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Ratna Puspita, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Penguji, sekaligus Dosen Matakuliah Seminar Masalah Penelitian Komunikasi.
5. Bapak Syahrul Hidayanto S.Sos. M.Si, selaku Penguji II.
6. Bapak Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Penguji I, sekaligus Dosen Pembimbing I.
7. Bapak Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing II.

8. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan arahan, serta ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama peneliti menjalankan studi.
9. Ignasius Andhika Banu P yang telah senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, penghibur, serta menjadi tempat berkeluh kesah ketika peneliti kesulitan.
10. Surya Puspita, Windy Aulia, Evita Sarah, Nanda Yurani, Allya Anggreini, Fridiana Putri sahabat sekaligus teman-teman yang saling menyemangati, mendukung, menghibur, serta memberikan bantuan kepada peneliti ketika peneliti kesulitan.
11. Serta semua pihak yang telah membantu, yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 26 April 2022



Vira Febrian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Review Penelitian Sejenis	7
2.2 Kerangka Teori	9
2.2.1 Teori <i>Ecological Perception</i>	9
2.3 Kerangka Konsep	14
2.3.1 Merek (<i>Brand</i>).....	14
2.3.1.1 Pengertian Merek	14
2.3.1.2 Komunikasi Merek	15
2.3.1.3 Komponen Merek.....	15
2.3.1.4 Cara Membangun Merek.....	16
2.3.1.5 Manfaat Merek	16
2.3.2 Penamaan Merek Berbahasa Asing.....	17

2.3.2.1	Pengertian Penamaan Merek Berbahasa Asing.....	17
2.3.2.2	Tujuan Penamaan Merek Asing	18
2.3.2.3	Fungsi Merek Asing	19
2.3.2.4	Kriteria Merek Berbahasa Asing yang Baik.....	20
2.3.2.5	Merek Berbahasa Inggris.....	21
2.3.3	Citra Merek	22
2.3.3.1	Pengertian Citra Merek	22
2.3.3.2	Komponen Citra Merek.....	23
2.3.3.3	Pengaruh Pembentukan Citra Merek.....	26
2.3.3.4	Dimensi Citra Merek	27
2.4	Kerangka Pemikiran	28
2.5	Hipotesis	30
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1	Jenis penelitian	32
3.2	Metode Penelitian	32
3.3	Operasionalisasi Variabel	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data	37
3.5	Populasi dan Teknik <i>Sampling</i>	38
3.5.1	Populasi	38
3.5.2	Teknik <i>Sampling</i>	39
3.6	Uji Validitas & Reliabilitas	40
3.6.1	Uji Validitas	40
3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.7	Metode Pengolahan Data (Konversi Data).....	42
3.7.1	<i>Method Successive Interval (MSI)</i>	42
3.8	Teknik Analisis Data	43
3.8.1	Analisis Regresi Linier Sederhana	43
3.8.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	44
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis.....	46
3.9.1	Uji <i>t</i>	46
3.9.2	Uji <i>F</i>	46
3.9.3	Uji Sobel	47
3.10	Lokasi dan Waktu Penelitian	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50

4.1	Hasil Penelitian.....	50
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.1.2	Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	51
4.1.3	Hasil Analisa Data Responden.....	54
4.1.4	Pembahasan dan Interpretasi Hasil Pengujian	58
4.1.4.1	Penamaan Merek Berbahasa Asing Pada Merek <i>Number SixtyOne</i>	58
4.1.4.2	Citra Merek <i>Number SixtyOne</i>	68
4.1.4.3	Kognitif Konsumen	86
4.1.5	Hasil Uji Hipotesis	94
4.1.5.1	Pengaruh Penamaan Merek Berbahasa Asing Terhadap Citra Merek	94
4.1.5.2	Pengaruh Penamaan Merek Berbahasa Asing Terhadap Kognitif Konsumen	96
4.1.5.3	Pengaruh Kognitif Konsumen Terhadap Citra Merek	98
4.1.5.4	Pengaruh Penamaan Merek Berbahasa Asing Terhadap Citra Merek Dengan Kognitif Konsumen Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	100
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	106
BAB V PENUTUP		113
5.1	Kesimpulan.....	113
5.2	Saran	113
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Review Penelitian Sejenis.....	7
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel.....	33
Tabel 3.2. Skala Ordinal.....	37
Tabel 3.3 Waktu Penyusunan Skripsi.....	49
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuesioner.....	52
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian.....	57
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 1.....	59
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 2.....	59
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 3.....	60
Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 4.....	61
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 5.....	62
Tabel 4.11 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 6.....	63
Tabel 4.12 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 7.....	64
Tabel 4.13 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 8.....	65
Tabel 4.14 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 9.....	66
Tabel 4.15 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 10.....	67
Tabel 4.16 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 11.....	68
Tabel 4.17 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 12.....	69
Tabel 4.18 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 13.....	70
Tabel 4.19 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 14.....	71
Tabel 4.20 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 15.....	72
Tabel 4.21 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 16.....	73
Tabel 4.22 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 17.....	74

Tabel 4.23 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 18.....	75
Tabel 4.24 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 19.....	76
Tabel 4.25 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 20.....	77
Tabel 4.26 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 21.....	78
Tabel 4.27 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 22.....	79
Tabel 4.28 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 23.....	80
Tabel 4.29 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 24.....	81
Tabel 4.30 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 25.....	82
Tabel 4.31 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 26.....	83
Tabel 4.32 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 27.....	84
Tabel 4.33 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 28.....	85
Tabel 4.34 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 29.....	86
Tabel 4.35 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 30.....	87
Tabel 4.36 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 31.....	88
Tabel 4.37 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 32.....	89
Tabel 4.38 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 33.....	90
Tabel 4.39 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 34.....	91
Tabel 4.40 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 35.....	92
Tabel 4.41 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan 36.....	93
Tabel 4.42 <i>Model Summary</i> Hipotesis 1.....	94
Tabel 4.43 ANOVA Hipotesis 1.....	95
Tabel 4.44 Koefisien Regresi Hipotesis 1.....	95
Tabel 4.45 <i>Model Summary</i> Hipotesis 2.....	96
Tabel 4.46 ANOVA Hipotesis 2.....	97
Tabel 4.47 Koefisien Regresi Hipotesis 2.....	97
Tabel 4.48 <i>Model Summary</i> Hipotesis 3.....	98
Tabel 4.49 ANOVA Hipotesis 3.....	99
Tabel 4.50 Koefisien Regresi Hipotesis 3.....	99
Tabel 4.51 Hasil Uji Regresi-Model I.....	100

Tabel 4.52 Hasil Uji Regresi-Model II.....	102
Tabel 4.53 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total.....	104
Tabel 4.54 Koefisien Uji Sobel.....	105



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Terjadinya Persepsi	10
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	44
Gambar 4.1 Logo <i>Number SixtyOne</i>	50
Gambar 4.2 <i>Store Locations Number SixtyOne</i>	51
Gambar 4.3 Diagram Jalur Model-I.....	101
Gambar 4.4 Diagram Jalur Model-II.....	103



DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Daftar Riwayat Hidup
LAMPIRAN 2	: Administrasi
LAMPIRAN 3	: Kuesioner
LAMPIRAN 4	: Hasil Tabulasi Data
LAMPIRAN 5	: Hasil Konversi Data (<i>Method Successive Interval</i>)
LAMPIRAN 6	: Hasil Uji Validitas
LAMPIRAN 7	: Hasil Uji Reliabilitas
LAMPIRAN 8	: Hasil Frekuensi Responden
LAMPIRAN 9	: Hasil Analisis Regresi Sederhana
LAMPIRAN 10	: Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)
LAMPIRAN 11	: Dokumentasi Penelitian
LAMPIRAN 12	: Kartu Bimbingan Skripsi I
LAMPIRAN 13	: Kartu Bimbingan Skripsi II
LAMPIRAN 14	: Form Perbaikan