

ABSTRAK

ANALISIS ATRIBUT-ATRIBUT YANG MEMBENTUK *BRAND IMAGE* PADA PROSESOR INTEL

**Studi Kasus pada Mahasiswa-mahasiswi Universitas Sanata Dharma,
Yogyakarta**

**Roy Fernando Purba
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2008**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut dari prosesor intel (atribut harga beli, daya tahan, kualitas, reputasi perusahaan, harga jual, inovasi, mudah didapatkan, merek yang bergengsi dan banyak pilihan jenis dan tipe) yang berkontribusi dalam membentuk *brand image* bagi produk prosesor intel.

Penelitian ini merupakan studi yang lokasi penelitiannya diadakan di Kampus II Mrican, Universitas Sanata Dharma selama bulan April 2008. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan metode *Purposive convenience sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma yang pernah membeli dan menggunakan prosesor intel. Sampel yang diteliti sebanyak 100 orang responden. Teknik analisis data menggunakan analisis *Cochran*.

Peneliti menyimpulkan bahwa ada enam atribut yang berkontribusi dalam membentuk *brand image* bagi prosesor intel yaitu: atribut harga beli, daya tahan, kualitas, reputasi perusahaan, inovasi dan mudah didapatkan.

ABSTRACT

AN ANALYSIS ON ATTRIBUTES SHAPING THE BRAND IMAGE OF INTEL PROCESSOR PRODUCT

Study on the Students of Sanata Dharma University Yogyakarta

**Roy Fernando Purba
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2008**

This research aimed to identify attributes of Intel processor (purchasing price attribute, endurance, quality, company's reputation, selling price, innovation, availability, prestigious brand, and the variation of type) shaping the brand image of the Intel processor product.

This research was a study located at Campus II Mrican, Sanata Dharma University during April 2008. The data collecting technique used was questionnaire using purposive convenience sampling. The population of this research was the students of Economy Faculty, Sanata Dharma University who have purchased and used Intel processor. The sample used was 100 respondents. While the data analysis technique used was Cochran analysis.

Researcher concluded that there were six attributes out of nine shaping the brand image of Intel processor namely the price, endurance, quality, company's reputation, innovation, and availability.