

**ABSTRAK**

**ANALISIS ATRIBUT PADA PRODUK SEBAGAI PENCIPTA CITRA  
MEREK DI BENAK KONSUMEN  
Studi pada Konsumen AQUA Kemasan Botol  
Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Kampus III Paingan  
Yogyakarta**

**Yosep Yulianto Setyo N  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2008**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah atribut harga, kemurnian, halal, kandungan mineral, mudah diperoleh, merek terkenal, variasi ukuran kemasan botol (besar, sedang, kecil) dan desain kemasan dapat membentuk citra merek AQUA di benak konsumen.

Penelitian ini merupakan studi kasus yang lokasi penelitiannya diadakan di Universitas Sanata Dharma Kampus III Paingan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sanata Dharma yang mengkonsumsi AQUA kemasan botol. Sampel yang diteliti sebanyak 100 orang dan teknik sampling yang digunakan *Convenience sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Cochran*.

Hasil analisis *Cochran* menyimpulkan bahwa terdapat tiga atribut produk yang dapat membentuk citra merek AQUA yaitu halal, mudah diperoleh, dan merek terkenal, yang ditunjukkan dari analisis *Cochran* hitung  $\chi^2$  tabel atau sama dengan sebesar  $4,933 < 5,991$  yang berarti kemungkinan jawaban “ya” adalah sama untuk atribut halal, mudah diperoleh, dan merek terkenal untuk membentuk citra merek AQUA.

**ABSTRACT**

**Attributes Analysis of the Product as Brand Image Creator in the  
Consumer's Mind  
A Study on AQUA Bottle Package Consumer for Students of Campus III  
Sanata Dharma Yogyakarta**

**Yosep Yulianto Setyo N  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2008**

The purpose of this study is to find out whether the attributes of the price, purity, "halal", mineral content, availability, popularity, bottle package size variation (large, medium, small) and package design can create brand image in consumer mind.

The study was conducted at Sanata Dharma University, Yogyakarta. The method used for collecting data in the research was questionnaire. The population of this research were students of Sanata Dharma University who consumed AQUA bottle package. The number of the sample was 100 students, and technique sampling used is convenience sampling Cochran used to analyze the method. The analysis showed that there were three attributes which could create brand image for the AQUA product. Those were "halal", availability and popularity. It could be shown from Cochran calculation of less than  $X^2$  table or similar to 4,993 which less than 5,991. In another words the possibility of "Yes" answers was the same as "halal", availability and popularity to create brand image for the AQUA product