

ABSTRAK

PENGARUH INOVASI, DIFFERENSIASI DAN REPUTASI TERHADAP CITRA MEREK

Studi pada Mahasiswa Sanata Dharma yang menggunakan produk motor Yamaha.

Murdani

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1. Apakah inovasi, differensiasi dan reputasi secara bersama-sama berpengaruh pada citra merek produk motor Yamaha, 2. Apakah inovasi secara parsial berpengaruh citra merek produk Yamaha, 3. Apakah differensiasi secara parsial berpengaruh pada citra merek produk motor Yamaha, 4. Apakah reputasi secara parsial berpengaruh pada citra merek produk motor Yamaha. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Sanata Dharma yang menggunakan produk motor Yamaha. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling ini menggunakan teknik incidental sampling, data diperoleh dengan membagikan google form. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Uji instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Untuk pengolahan data, peneliti menggunakan software SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. inovasi, differensiasi dan reputasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap citra merek, 2. Inovasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap citra merek, 3. Differensiasi secara parsial berpengaruh terhadap citra merek, 4. Reputasi secara parsial berpengaruh terhadap citra merek.

Kata kunci: inovasi, differensiasi, reputasi, citra merek.

ABSTRACT

THE EFFECT OF INNOVATION, DIFFERENCE AND REPUTATION ON BRAND IMAGE

A study on Sanata Dharma University Students use Yamaha motorcycle products

Murdani

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2021

The purpose of this study to find out: 1. Does innovation, differentiation and reputation affect the brand image of Yamaha products to each other, 2. Does innovation partially affect the brand image of Yamaha products, 3. Does differentiation partially affect the brand image of Yamaha products, 4. Does reputation as a whole partial effect on the brand image of Yamaha products. The population of this study is all the students of Sanata Dharma who ride Yamaha motorcycle products. The method of study uses non probability sampling by using incidental sampling, the data is obtained by sharing google form. The number of samples is 100 respondents. The instrument test uses validity and reliability tests. The analysis technique uses is multiple linear regression. In processing the data, researcher used SPSS software. The results of this study indicate that: 1. innovation, differentiation and reputation have an effect on brand image, 2. Innovation partially has no effect on brand image, 3. Differentiation partially affects brand image, 4. Reputation partially affects brand image.

Keywords: Innovation, Difference, Reputation and Brand Image.