

ABSTRAK

Fitriani Aida Laili. 2012 SKRIPSI. Judul: “Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Merek Pada Distro *Inspired* Soekarno Hatta Malang”.

Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi., M. Ag

Kata Kunci : Pemilihan Merek, Asosiasi Merek, Merek

Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketertarikan peneliti pada fenomena yang terjadi di sepanjang jalan Soekarno Hatta Malang, di jalan tersebut banyak dijumpai usaha industri distro dengan masing-masing mereknya yang beragam, namun merek unggulan dari distro *Inspired* merupakan merek yang banyak digemari oleh konsumen. Hal tersebut terbukti dari volume pengunjung pada distro *Inspired* masih tetap tinggi yaitu sekitar 200 orang pengunjung per hari, baik pengunjung yang datang untuk membeli produk ataupun sekedar berkunjung untuk melihat produk. Dari fenomena ini peneliti tertarik untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam pemilihan merek pada Distro *Inspired* Soekarno Hatta Malang.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* (berdasarkan kebetulan) sebanyak 100 responden dari konsumen Distro *Inspired* Soekarno Hatta Malang. Untuk teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuisioner. Sedangkan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas instrument, serta dengan analisis faktor pada program SPSS versi 15,0.

Hasil akhir dari analisis ini diketahui terdapat 7 faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih merek pada Distro *Inspired* Soekarno Hatta Malang. Faktor pertama terdiri dari karakter modern ($X_{7,4}$), rasa percaya diri ($X_{6,4}$), rasa bangga ($X_{6,1}$), karakter trendy ($X_{7,3}$), Mendapatkan Pengakuan keren ($X_{6,3}$), karakter stylish ($X_{7,2}$) dan Feminin/Maskulin ($X_{7,1}$). faktor kedua terdiri dari desain elegan ($X_{2,2}$), merek yang elegan ($X_{4,1}$), *limited edition* ($X_{3,4}$), banyak pilihan ukuran ($X_{3,2}$), banyak pilihan warna ($X_{3,1}$), dan Desain terkini ($X_{2,3}$). faktor ke tiga terdiri dari daya daya tahan jahitan ($X_{1,2}$), daya tahan kain ($X_{1,3}$), kualitas sablon ($X_{1,4}$), dan banyak pilihan model ($X_{3,3}$). Faktor keempat terdiri dari desain unik ($X_{2,1}$), rasa nyaman ($X_{6,2}$), dan merek yang berkelas tinggi ($X_{4,2}$). Faktor kelima terdiri dari produk yang relevan untuk dipakai santai ($X_{5,2}$) dan produk yang relevan untuk dipakai jalan-jalan ($X_{5,3}$). dan faktor keenam terdiri dari merek yang bereputasi bagus ($X_{4,4}$) dan merek yang banyak dikenal ($X_{4,3}$). Dan faktor ketujuh terdiri dari daya tahan warna ($X_{1,1}$) dan dipakai untuk kuliah ($X_{5,1}$).