

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Pengaruh *Event* “Ardan Ngejamz” Terhadap *Brand Image* Radio Ardan 105.9 FM Bandung.**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak dukungan, perhatian, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang tiada terhingga kepada:

1. Papa Mama tercinta, Indra Nasution dan Elfi Batio Siregar yang tidak pernah berhenti mendoakan dan mendukung penulis dan senantiasa memberikan inspirasi untuk menjadi pribadi yang pantang menyerah dan berjiwa optimis dalam segala hal hingga terselesaikan skripsi ini.
2. Abang dan adik tersayang Reza Pahlevi Nasution dan Ade Rizky Nasution yang selalu menghibur dan memberikan semangat yang sangat berarti bagi penulis.
3. Ibu Rah Utami Nugrahani, S.Sos., MBA. selaku dosen pembimbing terimakasih atas segalanya yang Ibu berikan termasuk ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung dan mengarahkan penulis.
4. Seluruh dosen Telkom Economics and Business School dan civitas akademik program S1 Telkom Economics and Business School yang telah berjasa kepada penulis. Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan.

5. Segenap staff PT. Radio Ardan Swaratama terutama *crew* “Ardan Ngejamz” terimakasih atas kerja sama, bantuan, dan arahannya yang diberikan kepada penulis saat melakukan penelitian.
6. Sahabat-sahabat tersayang Alyssa, Audrey, Dea, Eshauqi, Ridsha, Ritem, Windy, Fina, Anggi, Hotasi, Ardian, Lia terimakasih atas kesetiaan, kebersamaan, dan dukungan semangat yang diberikan selama ini.
7. Bramantyo Dwi Saputro, terimakasih atas motivasi, dukungan semangat, perhatian dan kebersamaanya kepada penulis.
8. Teman seperjuangan, Komang dan Grace yang tidak pernah bosan untuk memberikan semangat, saran dan banyak bantuan kepada penulis. Sani, Dewi, Cia, Vannya, Fadhli, Haris terima kasih atas dukungan, kerja sama dan bantuan kalian.
9. Seluruh pihak dengan tidak mengurangi rasa hormat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan demikian penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca. Terima kasih.

Bandung, 24 September 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.5 Tahapan Penelitian .....	12
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Tinjauan Teori .....	39
2.2.1 Komunikasi .....	39
2.2.2 Pemasaran .....	42
2.2.3 Komunikasi Pemasaran .....	43
2.2.4 Promosi .....	46
2.2.5 <i>Public Relations</i> .....	51

2.2.6	<i>Event</i> .....	56
2.2.7	<i>Brand Image</i> .....	59
2.3	Hipotesis .....	71
2.4	Kerangka Pemikiran .....	71
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>73</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	73
3.2	Metode Penelitian .....	73
3.3	Subjek/Objek Penelitian .....	74
3.4	Operasional Variabel .....	78
3.5	Populasi dan Sampel .....	86
3.5.1	Populasi .....	86
3.5.2	Sampel .....	86
3.6	Teknik Sampling .....	88
3.7	Pengumpulan Data .....	88
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	90
3.8.1	Uji Validitas .....	90
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	93
3.9	Teknik Analisis Data .....	94
3.9.1	Analisis Deskriptif .....	94
3.9.2	Skala MSI ( <i>Method of Successive Interval</i> ).....	97
3.9.3	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	98
3.9.4	Koefisiensi Determinasi .....	99
3.9.5	Uji Asumsi Klasik .....	100
3.9.6	Uji Hipotesis .....	101
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>103</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	103

4.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	103
4.1.2	Responden Berdasarkan Usia .....	105
4.1.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	106
4.1.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	108
4.1.5	Responden Berdasarkan Lama Mendengarkan Radio Ardan.....	110
4.2	Hasil Uji Statistik .....	111
4.2.1	Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Event</i> .....	111
4.2.2	Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Brand Image</i> ....	130
4.3	Uji Asumsi Klasik .....	144
4.4	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	147
4.5	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	149
4.6	Pengujian Hipotesis .....	150
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	152
	<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>155</b>
5.1	Simpulan .....	155
5.2	Saran .....	157
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan .....	157
5.2.1	Saran Untuk Penelitian Lanjutan .....	159
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>160</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>167</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan Izin Penyelenggaraan Penyiaran .....	2
Gambar 1.2	Pendengar Radio di Indonesia.....	3
Gambar 1.3	Pendengar Radio Ardan Tahun 2010-2012 .....	5
Gambar 1.4	Pendengar Ardan Ngejamz .....	9
Gambar 1.5	Tahapan Penelitian .....	12
Gambar 2.1	Model Komunikasi Dasar .....	40
Gambar 2.2	Promotion Mix .....	49
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran .....	72
Gambar 3.1	Logo Radio Ardan 109.5 FM .....	76
Gambar 3.2	Garis Intepretasi Skor Dalam Garis Kontinium .....	96
Gambar 4.1	Responden Berdasarkan jenis Kelamin .....	104
Gambar 4.2	Responden Berdasarkan Usia .....	105
Gambar 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	107
Gambar 4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	109
Gambar 4.5	Responden Berdasarkan Lama Mendengarkan Radio Ardan .....	110
Gambar 4.6	Garis Kontinium <i>Event</i> .....	116
Gambar 4.7	Garis Kontinium Keunikan .....	119
Gambar 4.8	Garis Kontinium <i>Perishability</i> .....	121
Gambar 4.9	Garis Kontinium <i>Intangibility</i> .....	124
Gambar 4.10	Garis Kontinium Suasana dan Pelayanan .....	127
Gambar 4.11	Garis Kontinium Interaksi Personal .....	129
Gambar 4.12	Garis Kontinium <i>Brand Image</i> .....	134
Gambar 4.13	Garis Kontinium Pengenal .....	136

Gambar 4.14	Garis Kontinium Atribut .....	139
Gambar 4.15	Garis Kontinium Asosiasi .....	143
Gambar 4.16	Uji Normalitas .....	144
Gambar 4.17	Uji Heterokedastisitas .....	145

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pendengar Radio Anak Muda Tahun 2012 .....	4
Tabel 1.2	Jumlah Pendengar 5 Besar Program Ardan 2012 .....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 2.2	Manfaat Merek .....	64
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	78
Tabel 3.2	Skala Pengukuran .....	86
Tabel 3.3	Uji Validitas Variabel X.....	92
Tabel 3.4	Uji Validitas Variabel Y .....	93
Tabel 3.5	Kategori Interpretasi Presentase .....	95
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	103
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	105
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..	106
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	108
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Lama Mendengarkan Radio Ardan .....	110
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Event</i> .....	112
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Keunikan .....	117
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Perishability</i> .....	120
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Intangibility</i> .....	122
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Suasana dan Pelayanan .....	125
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Interaksi Personal ...	128
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i> .....	131
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Pengenal .....	135



Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Atribut .....	137
Tabel 4.15	Tanggapan Responden terhadap Asoasia .....	140
Tabel 4.16	Uji Linearitas .....	146
Tabel 4.17	Perhitungan Hasil Regresi .....	148
Tabel 4.18	Koefisien Determinasi.....	149
Tabel 4.19	Hasil Uji Anova (Uji F) .....	151