

ABSTRAK

Research In Motion Ltd (RIM) merupakan sebuah perusahaan multinasional asal Kanada yang menghasilkan berbagai macam produk telekomunikasi. *Research In Motion Ltd* (RIM) dikenal terutama sebagai pembuat dan penyedia perangkat Blackberry nirkabel dan layanan *email*. Perangkat ini telah terbukti populer dengan perusahaan yang menggunakan mereka untuk perwakilan layanan lapangan dan karyawan *mobile* lainnya.

Citra merek (*brand image*) dapat digunakan oleh konsumen untuk merepresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek dan membentuk informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan pesaingnya, saat perbedaan dan keunggulan merek dihadapkan dengan merek lain. Citra merupakan produk akhir dari sikap awal dan pengetahuan yang terbentuk lewat proses pengulangan yang dinamis karena pengalaman.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dimana metode penelitian ini berlandaskan pada filsafat positivisme. *Non probability sampling* digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik. Penelitian ini menggunakan variabel penelitian analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *brand image*, dengan menggunakan teknik analisis data *Principal Component Analysis* dan menggunakan *purposive sampling* untuk menentukan sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat factor yang terekstraksi atau terbentuk dari proses analisis factor. Keempat factor tersebut antara lain *quality on product options & credibility, service & value, reliable* dan *networking*.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Brand Image.