

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CITRA MEREK GARMENT "SHE NN"**

**AHMAD FAHROZI
8223118216**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2014**

***ANALYSIS OF FACTORS WHICH AFFECT THE BRAND IMAGE
OF GARMENT “SHE NN”***

**AHMAD FAHROZI
8223118216**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDY DIII MARKETING MANAGEMENT
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2014**

ABSTRAK

AHMAD FAHROZI. 2011. 8223118216. Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi citra merek Garment She NN. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Pemilihan judul yang diangkat dalam Karya Ilmiah ini dikarenakan ingin mengetahui faktor – faktor apa saja yang dapat mempengaruhi citra merek. Faktor yang mempengaruhi citra merek harus di pikirkan dengan baik karena jika masih ada kekurangan akan memberikan nilai negatif dimata konsumen.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi citra merek garment She NN. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan metode survei melalui wawancara dan kuesioner.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi citra merek garment She NN, adalah faktor desain, kualitas, harga dan promosi.

Kata Kunci: Citra Merek, Faktor Desain, Kualitas, Harga, Promosi

ABSTRACT

AHMAD FAHROZI. 2011. 8223118216. Analysis of factors which affect the brand image of Garment “She NN”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Choosing a title is raised in this paper due to want to know the factors that will affect the brand image. In this case the factors which affect the brand image should be well thought out because if there is still a shortage would give a negative value in the eyes of consumers.

This paper aims to determine the factor analysis - factors that affect the brand image of garment She NN. The method used in this study is a descriptive analysis of the survey method through interviews and questionnaires.

From the research it is known that factors which affect the brand image of garment She NN, have a negative view. That is because the factors of design, quality, price, promotion showed poor judgment .

Key Word: Brand Image, Factors of Design, Quality, Price, Promotion

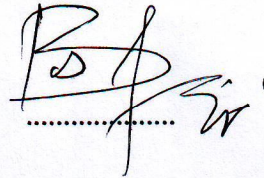
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

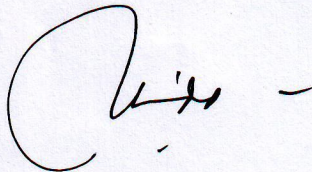
Dra. Basrah Saidani, M.Si
NIP. 19630119 199203 2 001



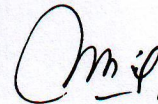
Juli 2014

Jakarta, Juli 2014
Ketua Jurusan Manajemen

Jakarta, Juli 2014
Ketua Program Studi
DHI Manajemen Pemasaran

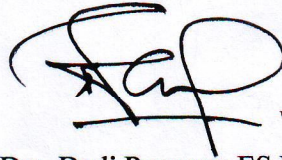


Dr. Hamidah, SE, M.Si
NIP. 19560321 198603 2 001



Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 19570221 198530 2 002

LEMBAR PENGESAHAN
Dekan Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Jakarta



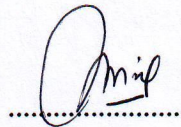
Drs. Dedi Purwana ES, M. Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

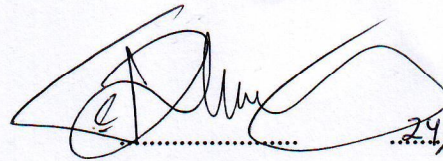
Dra. Umi Mardiyati, M. Si
NIP. 19570221 198503 2 002



25/07/2014

Penguji Ahli

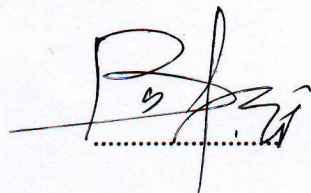
Setyo Ferry Wibowo, SE. M. Si
NIP. 19720617 199903 1 001



24/07/2014

Dosen Pembimbing

Dra. Basrah Saidani, M. Si
NIP. 19630119 199203 2 001



23/07/2014

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga dan sahabatnya.

Selama penyusunan Karya Ilmiah ini, penulis cukup banyak menghadapi kesulitan dan hambatan, namun itu semua bisa dilalui dengan do'a, usaha dan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian Karya Ilmiah ini. Karena penulis yakin tanpa bantuan dan dukungan tersebut, sulit rasanya bagi Penulis untuk menyelesaikan penulisan Karya Ilmiah ini.

Di samping itu, izinkan penulis pada kesempatan ini untuk mengucapkan dengan setulus hati rasa terima kasih kepada:

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku Dosen Pembimbing Karya Ilmiah.
2. Drs. Dedi Purwana ES,M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Hamidah, SE,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dra. Umi Mardiyati,M.Si selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

5. Agung Kresnamurti R.P., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak H. Abdul Rasid Abd Khair Selaku pemilki Industry Garment She NN.
7. Kedua orang tua dan keluarga tercinta, terima kasih atas dukungan baik moral maupun material yang telah kalian berikan.
8. Dosen dan staf pengajar yang telah membantu memperluas pengetahuan Penulis menempuh studi..
9. Teman-teman seperjuangan Khodijah Amini, Raden Yusafat Soni Baskoro, Putri Dian Pertiwi, dan rekan-rekan mahasiswa khususnya MP 2011 terima kasih atas bantuan dan motivasi dari awal sampai Karya Ilmiah ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa Karya Ilmiah ini jauh dari sempurna, karena keterbatasan dan kekurangan yang Penulis miliki, namun Penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun agar Karya Ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Juli 2014

Penulis