

ANALISIS *BRAND PERSONALITY* PRODUK KAWASAKI DI PT SUMBER BUANA MOTOR KAWASAKI YOGYAKARTA

Alif Maulana Harsanto

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di PT Sumber Buana Motor Kawasaki Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis *Brand Personality* menurut konsumen pada PT Sumber Buana Motor Kawasaki Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT Sumber Buana Motor Kawasaki Yogyakarta sebanyak 104. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 51 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Teknik tersebut merupakan salah satu teknik *non random sampling* dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengujian statistik yang digunakan adalah analisis uji validitas, uji reliabilitas, dan arithmetic mean. Dari uji validitas r hitung $>$ r tabel. Sehingga seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan dari uji reliabilitas adalah 0,824 lebih besar dari r tabel 0,70 yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa variabel *brand personality* menurut konsumen pada PT Sumber Buana Motor Kawasaki Yogyakarta secara keseluruhan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,09. Artinya konsumen setuju mengenai keseluruhan dimensi *brand personality* yang mencakup dimensi *Sincerity*, *Excitement*, *Competence*, *Sophistication*, *Ruggedness* seperti yang diterapkan oleh PT Sumber Buana Motor Kawasaki Yogyakarta.

Kata Kunci: *Brand Personality*, *Sincerity*, *Excitement*, *Competence*, *Sophistication*, *Ruggedness*.

 26/12/22

**BRAND PERSONALITY ANALYSIS OF KAWASAKI PRODUCTS AT PT
SUMBER BUANA MOTOR KAWASAKI YOGYAKARTA**

Alif Maulana Harsanto

Abstract

This research was conducted at PT Sumber Buana Motor Kawasaki Yogyakarta. The purpose of this study was to determine Brand Personality analysis according to consumers at PT Sumber Buana Motor Kawasaki Yogyakarta. The population in this study were 104 consumers of PT Sumber Buana Motor Kawasaki Yogyakarta. The sample in this study was 51 respondents. The sampling technique in this study used purposive sampling. This technique is one of the non-random sampling techniques in which the researcher determines sampling by establishing special characteristics that are in accordance with the research objectives so that they are expected to be able to answer research problems. The data collection technique uses a questionnaire. The statistical test used is the analysis of the validity test, reliability test, and arithmetic mean. From the validity test, r count $>$ r table. So that all the instruments used in this study are valid and from the reliability test is 0.824 greater than r table 0.70 which indicates that the research instrument used to measure the research variables can be said to be reliable. The conclusion from this study is that the brand personality variable according to consumers at PT Sumber Buana Motor Kawasaki Yogyakarta as a whole has an average value of 4.09. This means that consumers agree on all dimensions of brand personality which include the dimensions of Sincerity, Excitement, Competence, Sophistication, Ruggedness as implemented by PT Sumber Buana Motor Kawasaki Yogyakarta.

Keywords: *Brand Personality, Sincerity, Excitement, Competence, Sophistication, Ruggedness*

