

TINGKAT PENGETAHUAN *GUEST ASCOTT WATERPLACE*
SURABAYA MENGENAI *BRAND ASCOTT WATERPLACE*

SURABAYA

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Angelia
NRP. 1423014048

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA SURABAYA

2018

SKRIPSI

TINGKAT PENGETAHUAN *GUEST ASCOTT WATERPLACE*

SURABAYA MENGENAI *BRAND ASCOTT WATERPLACE*

SURABAYA

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh:
Angelia
NRP. 1423014048

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS WIDYA MANDALA SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama: Angelia

NRP: 1423014048

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**TINGKAT PENGETAHUAN *GUEST* ASCOTT WATERPLACE
SURABAYA MENGENAI *BRAND* ASCOTT WATERPLACE
SURABAYA**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjaan saya dicabut.

Surabaya, 19 Januari 2018

Penulis



Angelia

NRP. 1423014048

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

TINGKAT PENGETAHUAN *GUEST ASCOTT WATERPLACE*

SURABAYA MENGENAI *BRAND ASCOTT WATERPLACE*

SURABAYA

Oleh:

Angelia

NRP. 1423014048

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Anastasia Yuni W. , S.Sos., M.Med. Kom.
NIK 142.09.0634

Pembimbing II : Brigitta Revia S. F., S. I. Kom., M. Med. Kom.
NIK 142.15.0849

Surabaya, 8 Januari 2018

HALAMAN PENGESAHAN





Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: Sabtu, 13 Januari 2018.

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Dewan Penguji:

1. Ketua : Finsensius Yuli P., S.Sos., M. Med. Kom. ()
NIK. 142.09.0633
2. Sekretaris : Brigitta Revia S. F., S. I. Kom., M. Med. Kom. ()
NIK. 142.15.0849
3. Anggota I : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med. Kom. ()
NIK 142.09.0634
4. Anggota II : Yuli Nugraheni, S. Sos., M. Si. ()
NIK. 142.09.0647

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Angelia

NRP : 1423014048

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **TINGKAT PENGETAHUAN *GUEST ASCOTT***
WATERPLACE SURABAYA MENGENAI *BRAND*
ASCOTT WATERPLACE SURABAYA

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Januari 2018

Yang menyatakan,



Halaman Persembahan

Puji Syukur bagi Tuhan Yesus Kristus atas anugerah yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Tidak ada kehidupan manusia yang tanpa adanya kesulitan dalam hidup tersebut, namun dengan kehendak dan penyertaan-Nya kita pasti mampu mejalani kehidupan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua yang telah membantu melewati kesulitan yang saya hadapi dan memberikan semangat tiada henti selama proses penulisan skripsi ini, yang memberikan saya banyak cinta kasih dan dukungan, yang telah memberikan banyak hal bagi saya dan telah memberikan saya kesempatan untuk memperoleh gelar S. I. Kom. Terima kasih Ma, terima kasih Pa.

“Do not pray for an easy life, pray for the strength to endure a difficult one”

(“Jangan berdoa untuk mendapatkan kehidupan yang mudah, berdoalah untuk mendapatkan kekuatan untuk melewati kehidupan yang sulit”)

-Bruce Lee-

Surabaya, 6 Januari 2018

Angelia

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus dengan penyertaan-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik yang berjudul TINGKAT PENGETAHUAN *GUEST* ASCOTT WATERPLACE SURABAYA MENGENAI *BRAND* ASCOTT WATERPLACE SURABAYA. Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat mutlak tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala.

Secara keseluruhan skripsi ini berisikan penelitian pengetahuan *guest* Ascott Waterplace Surabaya mengenai *brand* Ascott Waterplace Surabaya. Tingkat pengetahuan *guest* Ascott Waterplace Surabaya mampu memberitahu Ascott Waterplace Surabaya tentang tingkatan *brand awareness* yang dimiliki oleh *guest* Ascott Waterplace Surabaya.

Terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat anugerah-Nya skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Anastasia Yuni Widyaningrum, S. Sos., M. Med. Kom. dan Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya serta dengan sabar membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

4. Finsensius Yuli P., S. Sos., M. Med. Kom. dan Yuli Nugraheni, S. Sos., M. Si. selaku penguji yang telah memberikan saran dan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lebih baik.
5. Munwar Basha selaku *Area Manager* Ascott Waterplace Surabaya yang telah memberikan kepercayaan dan bantuan kepada penulis untuk menggunakan *brand* Ascott Waterplace Surabaya untuk penelitian ini.
6. Christina Mia selaku *Manager Human & Resource* Ascott Waterplace Surabaya yang telah banyak membantu penulis dengan memberikan data yang dibutuhkan penulis dan membagikan kuesioner kepada responden untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Staff Ascott Waterplace Surabaya yang juga sudah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. David Karyono, pria yang tiada henti memberikan dorongan, semangat, bantuan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Ce Clavita, Elena, Kevin, Vina, Yovica, Alfred dan teman-teman lain di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mandala yang telah saling mendukung dan memotivasi dalam pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun penulisan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Besar harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi referensi bagi para pembaca di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Terimakasih. Tuhan Yesus memberkati.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRAC	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah	6
I.3. Tujuan Penelitian	6
I.4. Batasan Masalah	6
I.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1. Kerangka Teori	7
II.1.1. Teori S-O-R	7
II.1.2. Tingkat Pengetahuan	8
II.1.3. <i>Brand</i>	9
II.1.3.1. <i>Brand Element</i>	10
II.1.4. Publik Eksternal	12
II.2. Nisbah Antar Konsep	13
II.3. Bagan Kerangka Konseptual	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	16
III.2. Metode	16
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	17
III.4. Definisi Konseptual	17
III.5. Definisi Operasional	17
III.6. Populasi dan Sampel	19
III.7. Teknik Penarikan Sampel	20
III.8. Teknik Pengumpulan Data	21
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas	21
III.9.1. Uji Validitas	21

III.9.2. Uji Reliabilitas.....	22
III.10. Teknik Analisis Data.....	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	26
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	30
IV.2.1. Uji Validitas	30
IV.2.2. Uji Reliabilitas	32
IV.3. Hasil Penelitian	33
IV.4. Pembahasan	47
BAB V PENUTUP	60
V.1. Kesimpulan	60
V.2. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Logo Ascott Waterplace Surabaya	4
Gambar IV.1 Pamflet Ascott Waterplace Surabaya.....	29
Gambar IV.2 Logo Ascott Waterplace Surabaya.....	44

DAFTAR BAGAN

Bagan II.1 Teori S-O-R	8
Bagan II.2 Bagan Kerangka Konseptual.....	15

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas.....	31
Tabel IV.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel IV.3	Jenis Kelamin Responden	33
Tabel IV.4	Usia Responden	34
Tabel IV.5	Jumlah Pendapatan Responden.....	35
Tabel IV.6	Pekerjaan Responden	36
Tabel IV.7	Pendidikan Responden.....	38
Tabel IV.8	Tingkat Pengetahuan Responden Mengenai Nama Ascott Waterplace Surabaya.....	39
Tabel IV.9	Tingkat Pengetahuan Responden Mengenai Logo Ascott Waterplace Surabaya.....	42
Tabel IV.10	Tingkat Pengetahuan Responden Mengenai Sloga Ascott Waterplace Surabaya.....	45
Tabel IV.11	Tingkat Pengetahuan Responden Mengenai <i>Brand</i> Ascott Waterplace Surabaya.....	49
Tabel IV.12	Tabulasi silang antara jenis kelamin dengan tingkat pengetahuan mengenai <i>brand</i> Ascott Waterplace Surabaya	52
Tabel IV.13	Tabulasi silang antara usia dengan tingkat pengetahuan mengenai <i>brand</i> Ascott Waterplace Surabaya	53
Tabel IV.14	Tabulasi silang antara pendapatan dengan tingkat pengetahuan mengenai brand Ascott Waterplace Surabaya.....	55
Tabel IV.15	Tabulasi silang antara pekerjaan dengan tingkat pengetahuan mengenai <i>brand</i> Ascott Waterplace Surabaya	57
Tabel IV.16	Tabulasi silang antara pendidikan dengan tingkat pengetahuan mengenai <i>brand</i> Ascott Waterplace Surabaya	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	66
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	71
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	74
Lampiran 4 Identitas Responden	75
Lampiran 5 Analisis Tingkat Pengetahuan	77
Lampiran 6 Tabulasi Silang	82
Lampiran 7 Coding	84

ABSTRAK

Angelia NRP. 1423014048. TINGKAT PENGETAHUAN *GUEST* ASCOTT WATERPLACE SURABAYA MENGENAI *BRAND* ASCOTT WATERPLACE SURABAYA.

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana tingkat pengetahuan *guest* Ascott Waterplace Surabaya mengenai *brand* Ascott Waterplace Surabaya. *Brand* Ascott Waterplace Surabaya dalam hal ini terbagi menjadi 3 *brand element* yaitu Nama, Logo, dan Slogan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei dan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan *guest* Ascott Waterplace Surabaya yang tertinggi adalah pada logo Ascott Waterplace Surabaya dan tingkat pengetahuan yang terendah ada pada slogan Ascott Waterplace Surabaya “*we define exclusive global living*”.

Kata Kunci : Tingkat Pengetahuan, *Brand*, *Brand Element*, Ascott Waterplace Surabaya.

ABSTRAC

Angelia NRP. 1423014048. LEVEL OF KNOWLEDGE ASCOTT WATERPLACE SURABAYA'S GUEST ABOUT BRAND ASCOTT WATERPLACE SURABAYA.

This study reveals the level of knowledge Ascott Waterplace Surabaya's guest about brand Ascott Waterplace Surabaya. Brand Ascott Waterplace Surabaya in this case is divided into 3 brand element that is Name, Logo, and Slogan. In this study, researchers used survey methods and quantitative approaches. The results of this study indicate that the highest level of knowledge of Ascott Waterplace Surabaya guest is in the Ascott Waterplace Surabaya's logo and the lowest level of knowledge is in Ascott Waterplace Surabaya's slogan "we define exclusive global living".

Key Word : Level of Knowledge, Brand, Brand Element, Ascott Waterplace Surabaya