

ABSTRAK PENELITIAN

Muhammad Fahmi Fauzi. 110010425. 2005. Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya. Studi Eksplorasi *Brand Image* Produk Distro Pada Konsumen Tipe Sahabat Merek Dengan Menggunakan *Repertory Grids*.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mengenai *brand image* produk distro bagi para konsumen dengan tipe sahabat merek. *Brand image* dapat diartikan sebagai serangkaian asosiasi yang berhubungan dengan merek yang disimpan dalam memori para konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian eksploratif yang bertujuan untuk mengungkap *brand image* produk distro bagi para konsumen dengan tipe sahabat merek. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik gabungan atau kombinasi antara metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *Repertory Grids* yang dibuat berdasarkan *Easy Guide to Repertory Grids* dari Devi Jankowics yang diadaptasi dari *Role Construct Repertory Test* standar dari George Kelly. *Repertory Grids* merupakan salah satu teknik kualitatif dalam menginvestigasi konstruksi pengetahuan, seringkali disamakan dengan wawancara terstruktur, tetapi *Repertory Grids* mempunyai kelebihan efisiensi waktu yang dibutuhkan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*). Langkah utama pada analisis isi adalah melakukan kategorisasi. Kategori adalah salah satu tumpukan dari seperangkat tumpukan yang disusun atas dasar pikiran, intuisi, pendapat, atau kriteria tertentu (Moleong, 2002:193). Teknik pemeriksaan kredibilitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi peneliti atau penyidik dan triangulasi dengan teori.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa *brand image* produk distro memiliki tiga kategori *image* utama yang didalamnya terdapat sub-kategori *image* pembentuk yang antara lain adalah (1) kategori *indie label* dengan sub-kategori desain khas distro, produk eksklusif, *original*, harga terjangkau dan *do it your self*. (2) Kategori media ekspresi diri dengan sub-kategorinya adalah media jatidiri, meningkatkan *self esteem* dan gengsi merek. (3) kategori memberikan manfaat fungsional yang memiliki 2 sub kategori yaitu kualitas bagus dan pilihan produk dan desain variatif.