

TUGAS AKHIR

“PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK (*BRAND AWARENESS*) MITSUBISHI FE 74 S PADA PT. SUN STAR MOTOR SOLO”

**(STUDI KASUS PRODUK KENDARAAN JENIS TRUCK MITSUBISHI FE 74 S
“SUPER SPEED”)**



Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar Ahli Madya di Bidang

Manajemen Pemasaran

Oleh :

Galih Permana Dayant

F3210040

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2013**

commit to user


HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir dengan judul :

**“PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK (BRAND
AWARENESS) MITSUBISHI FE 74 S PADA PT. SUN STAR MOTOR
SOLO”**

Surakarta, Juli 2013

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



Siti Khoiriyah, S.E, M.Si

NIP. 19760206200501 2 001

commit to user

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul :

“PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK (*BRAND AWARENESS*) MITSUBISHI FE 74 S PADA PT. SUN STAR MOTOR SOLO”

**(STUDI KASUS PRODUK KENDARAAN JENIS TRUCK MITSUBISHI FE 74 S
“SUPER SPEED”)**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, Juli 2013

Tim Penguji Tugas Akhir

Dra. Soemarjati Tjokroamidjojo, MM

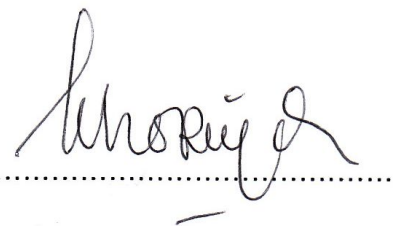
NIP. 19510809198503 2 001

Siti Khoiriyah, S.E, M.Si

NIP. 19760206200501 2 001



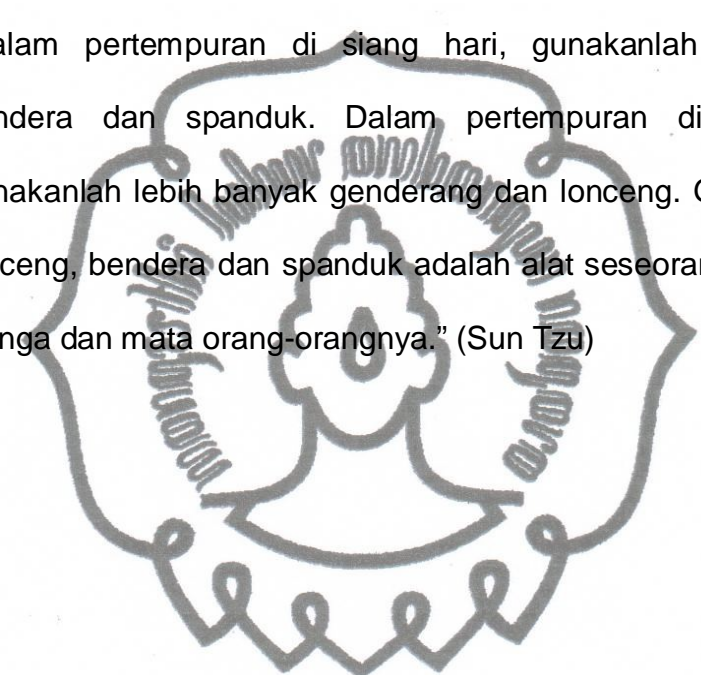
.....
Penguji



.....
Pembimbing

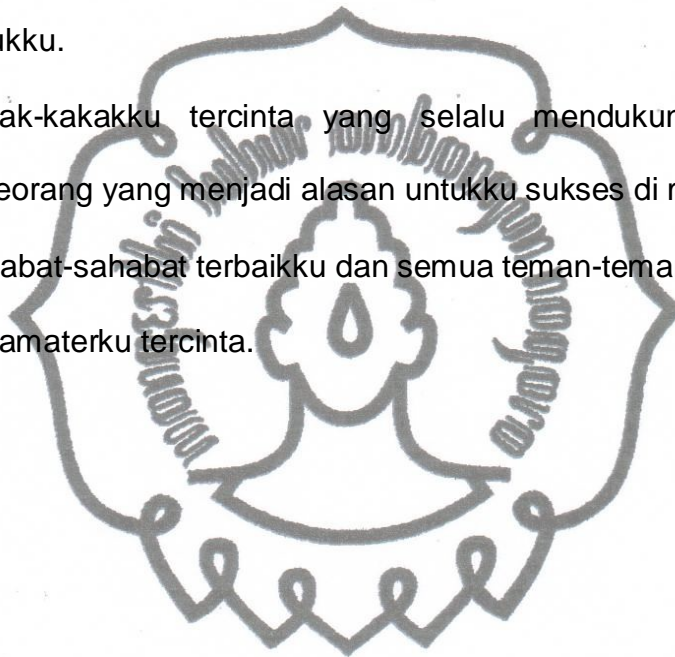
MOTTO

- “Kenalilah musuhmu, kenalilah diri sendiri. Maka kau bisa berjuang dalam 100 pertempuran tanpa resiko kalah. Kenali Bumi, kenali Langit, dan kemenanganmu akan menjadi lengkap.” (Sun Tzu)
- “Dalam pertempuran di siang hari, gunakanlah lebih banyak bendera dan spanduk. Dalam pertempuran di malam hari, gunakanlah lebih banyak genderang dan lonceng. Genderang dan lonceng, bendera dan spanduk adalah alat seseorang menyatukan telinga dan mata orang-orangnya.” (Sun Tzu)



PERSEMBAHAN

- Orang Tuaku tercinta, (alm) Bapak ,dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan terbaik untukku.
- Dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan terbaik untukku.
- Kakak-kakakku tercinta yang selalu mendukungku dan juga seseorang yang menjadi alasan untukku sukses di masa depan.
- Sahabat-sahabat terbaikku dan semua teman-teman MP 2010.
- Almamaterku tercinta.



commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah, atas limpahan rahmat dan karuniaNya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis mengambil judul :

“PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK (BRAND AWARENESS) MITSUBISHI FE 74 S PADA PT. SUN STAR MOTOR SOLO” (STUDI KASUS PRODUK KENDARAAN JENIS TRUCK MITSUBISHI FE 74 S “SUPER SPEED”).

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat Mencapai Gelar Ahli Madya pada program Diploma 3 Program Studi manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menyadari bahwa masih kekurangan-kekurangan, hal ini disebabkan adanya keterbatasan dan kemampuan pada diri penulis. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan laporan tugas akhir ini.

Dengan segala kerendahan hati penulis tidak lepas dari keterlibatan semua pihak yang telah membantu terselesainya penyusunan Tugas Akhir ini. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Wisnu Untoro, Ms selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

commit to user

2. Drs. Djoko Purwanto, MBA selaku Ketua Program Diploma 3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Siti Khoiriyah, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah berkenan membimbing penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Hartini selaku Supervisor Bagian Stocking di PT. Sun Star Motor Solo.
5. Semua Pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu demi kelancaran penulisan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai koreksi Tugas Akhir. Harapan penulis semoga Laporan Praktek Kerja lapangan ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis pada khususnya.

Surakarta, Juli 2013

Penulis

Galih Permana Dayant

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Metode Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Tinjauan Pustaka	12
1. Perilaku Konsumen	12
2. Pengertian Merek	13
3. Peranan Merek	16

commit to user

4. Penentuan Strategi Merek	18
5. <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek)	19
6. Pengertian dan peranan <i>Brand Awareness</i>	21
7. Cara Penciptaan Nilai oleh <i>Brand Awareness</i>	23
8. Mengukur <i>Brand Awareness</i>	24
9. Mencapai <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	27
B. Kerangka Pemikiran	28
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Perusahaan	31
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	31
2. Profil Perusahaan	32
3. Visi & Misi Perusahaan	33
• Visi	33
• Misi	33
• Nilai-nilai	33
4. Struktur Organisasi Perusahaan	34
B. Laporan Magang Kerja	41
C. Analisis dan Pembahasan	42
1. Analisis Deskriptif gambaran Umum Perusahaan	43
2. Analisis Deskriptif Kesadaran Merek	53
BAB IV PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



commit to user

DAFTAR GAMBAR

2.1	Piramida <i>Brand Awareness</i>	22
2.2	Kerangka Pemikiran	29
3.1	Bagan Struktur Organisasi PT. Sun Star Motor Solo	34
3.2	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
3.3	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Usia	46
3.4	Diagram Distribusi Berdasarkan Alamat	48
3.5	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
3.6	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Kendaraan Roda 4	51
3.7	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Kendaraan Roda 4	52
3.8	Diagram Analisis Top of Mind	54
3.9	Diagram Analisis Brand Recall	56
3.10	Logo Mitsubishi	60
3.11	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Media atau Informasi	69

DAFTAR TABEL

3.1	Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin	44
3.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	45
3.3	Distribusi Responden Berdasarkan Alamat	47
3.4	Distribusi Responden berdasarkan Pekerjaan	49
3.5	Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Kendaraan Roda 4	50
3.6	Distribusi Responden Berdasarkan Merek yang Dipilihnya	51
3.7	Analisis Top Of Mind	53
3.8	Analisis Brand Recall	55
3.9	Analisis Brand Recognition	57
3.10	Analisis Brand Recognition	58
3.11	Analisis Brand Recognition	58
3.12	Analisis Karakteristik Produk	61
3.13	Analisis Karakteristik Harga Produk	65
3.14	Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Media atau Informasi	68

commit to user

ABSTRAK**PENGUKURAN TINGKAT KESADARAN MEREK (*BRAND AWARENESS*)
MITSUBISHI FE 74 S PADA PT. SUN STAR MOTOR SOLO****(STUDI KASUS PRODUK KENDARAAN JENIS TRUCK MITSUBISHI FE 74 S****“SUPER SPEED”)****GALIH PERMANA DAYANT****F3210040**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya tingkat kesadaran masyarakat Kota Surakarta terhadap merek Mitsubishi FE 74 S “Super Speed” pada saat ini dilihat dari *top of mind*, *brand recall*, *brand recognition*, dan *unaware of brand*.

Menggunakan metode analisis data deskriptif yaitu memberikan gambaran atau deskripsi secara sistematis obyek yang diteliti, kemudian melakukan pengolahan data dari hasil kuesioner, serta frekuensinya disajikan dalam bentuk persentase. Data yang digunakan adalah data primer, dimana kuesioner sebagai alat pengumpulan data dari sampel yang ditetapkan yaitu Masyarakat Kota Solo.

Hasil dari penelitian ini adalah dari perhitungan analisis *brand awareness* didapatkan bahwa merek Mitsubishi FE 74 S “Super Speed” menempati posisi *top of mind*, merek Hino menempati posisi pertama dalam analisis *brand recall*, pada analisis *brand recognition* didapatkan bahwa sebanyak 14% responden perlu diingatkan akan keberadaan merek Mitsubishi FE 74 S “Super Speed”, dan pada analisis *unaware of brand* terdapat 43% responden yang tidak mengenal merek Mitsubishi FE 74 S “Super Speed”. Pada analisis karakteristik produk Mitsubishi FE 74 S “Super Speed” mayoritas responden memilih opsi “kurang setuju” terhadap sebagian besar pernyataan yang disajikan, yaitu bahan bakar ramah lingkungan, hemat bahan bakar, sesuai standart, tarikan mesin lebih halus, mesin lebih bertenaga, dan emisi gas buang lebih bersih sedangkan pada pernyataan lainnya mayoritas responden memilih “setuju” yaitu, sesuai standart, kinerja mesin lebih optimal, dan menekan biaya perawatan. Pada analisis karakteristik harga produk merek Mitsubishi FE 74 S “Super Speed” mayoritas responden memilih opsi “kurang setuju” terhadap semua pernyataan yang disajikan yaitu, harga paling murah dikelasnya, harga beli terjangkau, harga sesuai nilai produk, dan harga lebih mahal dari harga pasar. Pada analisis sumber media dan informasi mayoritas responden mengetahui keberadaan merek Mitsubishi FE 74 S “Super Speed” melalui surat kabar.

Kata kunci : Kesadaran Merek (*Brand Awareness*), Mitsubishi FE 74 S