

ABSTRAK

Intan Rusli, 2007, Kinerja Merek Kartu Seluler Prabayar GSM di Kota Bandung di bawah bimbingan Dr. Ir. H.Surachman Surjaatmadja, MM.

Kinerja merek yang paling tinggi berdasarkan brand value diraih oleh merek Simpati sebesar 208%. Dalam pembuatan skripsi menggunakan metode deskriptif analisis. Unit analisis sebesar 600 responden di enam wilayah di Kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kinerja merek kartu seluler prabayar GSM di Kota Bandung. Kinerja merek dibangun oleh Top Of Mind, Asosiasi, Persepsi Kualitas, Merek Terbaik, Penetrasi, Merek yang digunakan (Merek yang Pernah Digunakan, Merek yang Paling Sering Digunakan, Merek yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya, dan Merek yang Terakhir Kali / Saat ini Digunakan), Loyalitas Merek, Volume Pembelian, Kepuasan Terhadap Merek, Rekomendasi Merek, Rencana Pembelian, dan Merek yang Akan Dibeli.

Kata kunci: Top Of Mind, Asosiasi, Persepsi Kualitas, Penetrasi, Merek yang Paling Sering Digunakan, Loyalitas Merek, Volume Pembelian, Kepuasan Terhadap Merek, Rekomendasi Merek, Rencana Pembelian, dan Merek yang Akan Dibeli.

ABSTRACT

Intan Rusli, 2007, Brand Performance of at Bandung City under the supervision of Dr. Ir. H.Surachman Surjaatmadja, MM.

The highest brand performance based on brand value is Simpati for 208%. The research methods used in the writing of this thesis are Descriptive. The analysis unit for this research is individual unit about 600 at six region Bandung City. The purpose of this thesis is to know how much brand performance at Bandung City. Brand performance to be woke up by: Top Of Mind, Associations, Perceived Quality, Best Brand, Penetration, Used Brand (Brand Ever Used, BUMO, BUMO Before, and Brand Used Currently), Brand Loyalty, Purchasing Volume, Brand Satisfaction, Recommendation, and BUMO Future.

Keyword: Top Of Mind, Associations, Perceived Quality, Penetration, BUMO, Brand Loyalty, Purchasing Volume, Brand Satisfaction, Recommendation, and BUMO Future.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR GRAFIK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Pengertian Merek (<i>Brand</i>).....	7
2.1.2 Elemen - elemen Merek.....	13
2.1.3 Manfaat Merek.....	15
2.1.4 Pengukuran Kekuatan Merek.....	17
2.1.4.1 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	17

2.1.4.2 Asosiasi Merek (<i>Brand Assosiations</i>).....	22
2.1.4.3 Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>).....	25
2.1.4.4 Kepribadian merek (<i>Brand Personality</i>).....	27
2.1.4.5 Asosiasi Organisasi (<i>Organizational Associations</i>).....	27
2.1.4.6 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....	28
2.1.4.7 Kepuasan Loyalitas Merek (<i>Satisfication Brand Loyalty</i>).....	31
2.1.4.8 Pangsa Pasar (<i>market share</i>).....	35
2.1.4.9 Harga Pasar (<i>market price</i>).....	38
2.1.4.10 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	38
2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
2.3 Hipotesis.....	45
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Objek Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	47
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	47
3.2.2 Metode Penarikan Sampel.....	50
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.2.4 Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Top of Mind Merek.....	55
4.2 Asosiasi Terhadap Merek yang Muncul di TOM.....	59

4.3 Persepsi Terhadap Kualitas Merek (<i>Perceived Quality</i>).....	61
4.4 Persepsi Merek Terbaik.....	63
4.5 Alasan Merek Terbaik.....	67
4.6 Top of Mind Iklan.....	69
4.7 Penetrasi Produk.....	73
4.8 <i>Brand Usage</i>	75
4.8.1 Perbandingan Pernah, Paling Sering, Paling Sering Sebelumnya dan Terakhir Kali Digunakan.....	75
4.8.2 Merek-Merek yang Pernah Digunakan Satu Bulan Terakhir.....	76
4.8.3 Merek-Merek yang Paling Sering Digunakan (<i>Brand Usage Most Often</i>).....	80
4.8.4 Merek-Merek yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya (<i>Brand Used Most Often Before</i>).....	84
4.8.5 <i>Gain Index</i>	88
4.8.6 Perpindahan Merek Kartu Seluler Prabayar GSM.....	89
4.8.6.1 Alasan Meninggalkan Merek.....	89
4.8.6.2 Alasan Menuju (Berpindah) Merek Kartu Seluler Prabayar GSM.....	90
4.8.6.3 Merek yang Terakhir kali / Saat ini Digunakan.....	91
4.9 Loyalitas Terhadap Merek.....	95
4.10 Volume Penggunaan.....	97

4.11 Alasan Loyalitas Terhadap Merek.....	98
4.12 Kepuasan Terhadap Merek.....	98
4.13 Alasan Kepuasan Terhadap Merek.....	99
4.14 Rekomendasi Merek.....	100
4.15 Rencana Pembelian.....	102
4.16 Merek yang Akan Dibeli.....	103
4.17 <i>Brand Value</i>	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.2 Kesimpulan.....	109
5.3 Saran.....	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Elemen Merek.....	14
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 3.2	Jumlah Penduduk Tiap Wilayah di Kota Bandung Tahun 2006.....	51
Tabel 3.3	Jumlah Populasi dan Sampel Tahun 2007.....	52
Tabel 4.1	Top of Mind Merek Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Wilayah-wilayah di Kota Bandung, 2007(%).....	56
Tabel 4.2	Top of Mind Merek Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia, 2007 (%).....	57
Tabel 4.3	Top of Mind Merek Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Pekerjaan, 2007(%).....	58
Tabel 4.4	Top of Mind Merek Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi, 2007(%).....	59
Tabel 4.5	Asosiasi Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Wilayah-Wilayah di Kota Bandung, 2007(%).....	60
Tabel 4.6	Persepsi Kualitas Merek Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Rangking, 2007 (%).....	62
Tabel 4.7	Merek Terbaik Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Wilayah, 2007 (%).....	64

Tabel 4.8	Merek Terbaik Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia, 2007 (%).....	65
Tabel 4.9	Merek Terbaik Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Pekerjaan, 2007(%).....	66
Tabel 4.10	Merek Terbaik Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi, 2007(%).....	67
Tabel 4.11	Merek Terbaik Kartu Seluler Prabayar GSM, 2007 (%).....	68
Tabel 4.12	Top of Mind Iklan Merek Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Wilayah, 2007 (%).....	70
Tabel 4.13	Top of Mind Iklan Merek Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia, 2007 (%).....	71
Tabel 4.14	Top of Mind Iklan Merek Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Pekerjaan, 2007(%).....	72
Tabel 4.15	Top of Mind Iklan Merek Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi, 2007(%).....	73
Tabel 4.16	Penetrasi Produk Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Wilayah, 2007 (%).....	74
Tabel 4.17	Perbandingan Kartu Seluler Prabayar GSM yang Pernah, Paling Sering, Paling Sering Sebelumnya dan Terakhir Kali Digunakan, 2007 (%).....	76

Tabel 4.18 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Pernah Digunakan Selama Satu Bulan Terakhir Berdasarkan Wilayah, 2007 (%).....	77
Tabel 4.19 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Pernah Digunakan Selama Satu Bulan Terakhir Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia, 2007 (%).....	78
Tabel 4.20 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Pernah Digunakan Selama Satu Bulan Terakhir Berdasarkan Pekerjaan, 2007(%).....	79
Tabel 4.21 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Pernah Digunakan Selama Satu Bulan Terakhir Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi, 2007(%).....	80
Tabel 4.22 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Paling Sering Digunakan Berdasarkan Wilayah, 2007(%).....	81
Tabel 4.23 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Paling Sering Digunakan Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia, 2007 (%).....	82
Tabel 4.24 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Paling Sering Digunakan Berdasarkan Pekerjaan, 2007(%).....	83
Tabel 4.25 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Paling Sering Digunakan Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi, 2007(%).....	84
Tabel 4.26 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya Berdasarkan Wilayah, 2007 (%).....	85

Tabel 4.27 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia, 2007 (%).....	86
Tabel 4.28 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya Berdasarkan Pekerjaan, 2007(%).....	87
Tabel 4.29 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi, 2007(%).....	88
Tabel 4.30 Gain Index Kartu Seluler Prabayar GSM, 2007 (%).....	88
Tabel 4.31 Perpindahan Merek Kartu Seluler Prabayar GSM, 2007 (%).....	89
Tabel 4.32 Alasan Meninggalkan Merek yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya Berdasarkan Merek, 2007 (%).....	90
Tabel 4.33 Alasan Menuju (Berpindah) Merek yang Paling Sering Digunakan Berdasarkan Merek, 2007 (%).....	91
Tabel 4.34 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Terakhir kali / Saat ini Digunakan Berdasarkan Wilayah, 2007 (%).....	92
Tabel 4.35 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Terakhir kali / Saat ini Digunakan Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia, 2007 (%).....	93
Tabel 4.36 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Terakhir kali / Saat ini Digunakan Berdasarkan Pekerjaan, 2007(%).....	94

Tabel 4.37 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Terakhir kali / Saat ini Digunakan Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi, 2007(%).....	95
Tabel 4.38 Loyalitas Merek Berdasarkan Merek, 2007 (%).....	96
Tabel 4.39 Volume Pembelian Merek yang Paling Sering Digunakan, 2007 (%).....	97
Tabel 4.40 Alasan Loyalitas Terhadap Merek yang Paling Sering Digunakan, 2007 (%).....	98
Tabel 4.41 Kepuasan Terhadap Merek yang Paling Sering Digunakan, 2007 (%).....	99
Tabel 4.42 Alasan Kepuasan Terhadap Merek yang Paling Sering Digunakan, 2007 (%).....	100
Tabel 4.43 Rekomendasi Merek yang Paling Sering Digunakan, 2007 (%).....	101
Tabel 4.44 Rencana Pembelian Kartu Seluler Prabayar GSM, 2007 (%).....	102
Tabel 4.45 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Akan Dibeli Berdasarkan Wilayah, 2007 (%).....	104
Tabel 4.46 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Akan Dibeli Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia, 2007 (%).....	105
Tabel 4.47 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Akan Dibeli Berdasarkan Pekerjaan, 2007(%).....	106

Tabel 4.48 Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM yang Akan Dibeli	
Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi, 2007(%).....	107
Tabel 4.49 Brand Value Kinerja Merek Kartu Seluler Prabayar GSM di Kota	
Bandung, 2007(%).....	108
Tabel 5.1 Brand Value Kinerja Merek Kartu Seluler Prabayar GSM di Kota	
Bandung, 2007(%).....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida Brand Awareness.....	19
Gambar 2.2	Nilai-Nilai Kesadaran Merek.....	20
Gambar 2.3	Nilai Asosiasi Merek.....	24
Gambar 2.4	Nilai dari Persepsi Kualitas.....	29
Gambar 2.5	Piramida Loyalitas.....	34
Gambar 2.6	Brand Equity Chain.....	42
Gambar 2.7	Paradigma Penelitian Kinerja Merek Kartu Seluler Prabayar GSM di Bandung.....	44

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Asosiasi Merek-Merek Kartu Seluler Prabayar GSM, 2007 (%).....	61
Grafik 4.2	Persepsi Kualitas Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Rangking, 2007 (%).....	63
Grafik 4.3	Alasan Merek Terbaik Kartu Seluler Prabayar GSM, 2007(%).....	69
Grafik 4.4	Penetrasi Produk Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Wilayah, 2007 (%).....	75
Grafik 4.5	Loyalitas Merek Berdasarkan Merek, 2007(%).....	97
Grafik 4.6	Rekomendasi Merek yang Paling Sering Digunakan, 2007 (%).....	101
Grafik 4.7	Rencana Pembelian Kartu Seluler Prabayar GSM Berdasarkan Wilayah, 2007 (%).....	103