

## **ABSTRACT**

*Economic growth in Indonesia is getting better, the pace of competition encourages the emergence of the business world. This requires companies to become more creative and innovative in their business activities. Various attempts were made by the company to increase sales of the company and to satisfy the needs of its customers.*

*In the conditions of an increasingly tight competition, the company is required to be more creative in setting the right strategy for the company so that it can attract the attention of consumers and influence consumers to buy their products.*

*In this study the authors used survey method by distributing questionnaires to obtain data required as many as 100 respondents. To prove there is a sensitivity response at Mittu brand extension, so in this study used statistical calculations with the calculation of changes in stimuli. From the results of calculations with the calculations stimuli that have been made through the program Microsoft Excel 2010 then acquired sensitivity level of 1.57464. Then because of this sensitivity is greater than 1, can be classified into size sensitive.*

*From the above, it means the expansion of these brands are well known by consumers. It is not surprising to see ads Soap Toys Mittu launched by PT Megasari Makmur so intense in various media, both print and electronic media. Moreover, by bringing the brand Mittu which is so popular in Indonesian society, especially among women.*

*Keywords: Sensitivity Response, Brand Extension*

## ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang semakin membaik, mendorong timbulnya laju persaingan dunia usaha. Hal ini menuntut perusahaan untuk semakin kreatif dan inovatif dalam menjalankan kegiatan usahanya. Berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan perusahaan dan memuaskan kebutuhan pelanggannya. Di dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat ini, perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam menetapkan strategi yang tepat bagi perusahaan sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk mereka.

Atas dasar uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berlokasi di Komunitas Young Moms Bandung yang menitikberatkan pada perluasan merek.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data-data yang diperlukan sebanyak 100 orang responden. Untuk membuktikan ada sensitivitas respon pada perluasan merek *Mittu*, maka dalam penelitian ini digunakan perhitungan statistik dengan perhitungan perubahan stimuli. Dari hasil perhitungan dengan perhitungan stimuli yang telah dilakukan melalui program *Microsoft Excel 2010* maka diperoleh tingkat sensitivitas sebesar 1.57464. Maka oleh karena sensitivitas ini lebih besar dari 1, dapat digolongkan dalam ukuran sensitif.

Dari penjelasan di atas, artinya perluasan merek ini diketahui dengan baik oleh konsumen. Hal ini tidaklah mengherankan melihat iklan Sabun Mandi Bayi *Mittu* yang diluncurkan oleh PT Megasari Makmur begitu intens di berbagai media, baik media cetak maupun elektronik. Apalagi dengan membawa merek *Mittu* yang sudah demikian populer di masyarakat Indonesia terutama kalangan wanita.

Kata kunci : Sensitivitas Respon, Perluasan Merek

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI	
.....	vii
i	
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I     PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II    KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka .....	5
2.1.1. Pemasaran .....	5
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	7
2.1.3. Merek .....	9
2.1.4. Strategi Merek.....	13
2.1.5. Sensitivitas Respon .....	14
2.2. Kerangka Pemikiran .....	17

2.3. Penelitian Terdahulu .....	20
2.4. Hipotesis .....	21

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	22
3.2. Jenis Penelitian .....	22
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	23
3.4. Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1. Populasi.....	28
3.4.2. Sampel.....	28
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6. Metode Analisis .....	31
3.6.1. Perubahan Respon.....	31
3.6.2. Perubahan Stimuli .....	32
3.6.3. Sensitivitas Respon .....	33

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden.....	34
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	35
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35

4.2.	Analisis Pertanyaan <i>Screening</i> .....	36
4.3.	Hasil Penelitian .....	39
4.3.1.	Analisis Respon pada Tisu Basah Merek Mittu.....	39
4.3.2.	Analisis Respon pada Sabun Mandi Bayi Merek Mittu.....	45
4.3.3.	Analisis Respon Stimuli Tisu Basah Merek Mittu .....	51
4.3.4.	Analisis Respon Stimuli Sabun Mandi Bayi Merek Mittu.....	59
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	67
4.4.1.	Kekuatan Respon <i>Brand Extension</i> dari Tisu Basah Mittu ke Sabun Mandi Bayi Mittu .....	67
4.4.2.	Perhitungan Perubahan .....	74
4.4.3.	Sensitivitas Respon Konsumen Terhadap <i>Brand Extension</i> Tisu Basah Merek Mittu ke Sabun Mandi Bayi Merek Mittu .....	77
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan .....	79
5.2.	Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA	.....	81
LAMPIRAN	.....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran .....	7
Gambar 2.2.	Kerangka Pemikiran Penelitian .....	19

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1.	Definisi Operasional Variabel .....	23
Tabel 4.1.1.	Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 4.1.2.	Usia Responden .....	35
Tabel 4.1.3.	Pekerjaan Responden.....	35
Tabel 4.2.a	Tanggapan Responden Apakah Anda Merupakan Anggota Young Moms Bandung .....	36
Tabel 4.2.b	Tanggapan Responden Mengenal Adanya Tisu Basah Merek Mittu .....	37
Tabel 4.2.c	Tanggapan Responden Pernah Menggunakan Tisu Basah Merek Mittu .....	37
Tabel 4.2.d	Tanggapan Responden Mengenal Adanya Sabun Mandi Bayi Merek Mittu .....	38
Tabel 4.3.1.a	Tanggapan Responden Mengenal Merek Mittu Sebagai Merek Tisu Basah .....	39
Tabel 4.3.1.b	Tanggapan Responden Memiliki Pengetahuan yang Cukup Mengenai Tisu Basah Mittu.....	40
Tabel 4.3.1.c	Tanggapan Responden Menyukai Merek Mitu Sebagai Tisu Basah yang Sudah Lama.....	41

Tabel 4.3.1.d	Tanggapan Responden Tisu Basah Merek Mittu Menjadi Tisu Basah Pilihan Anda .....	42
Tabel 4.3.1.e	Tanggapan Responden Terhadap Keyakinan Merek Mittu Sebagai Tisu Basah.....	43
Tabel 4.3.1.f	Tanggapan Responden akan Memakai Merek Mittu sebagai Tisu Basah .....	44
Tabel 4.3.2.a	Tanggapan Responden Mengenal Merek Mitu Sebagai Merek Sabun Mandi Bayi.....	45
Tabel 4.3.2.b	Tanggapan Responden Memiliki Pengetahuan yang Cukup Mengenai Sabun Mandi Bayi Merek Mittu .....	46
Tabel 4.3.2.c	Tanggapan Responden Menyukai Merek Mittu sebagai Sabun Mandi Bayi .....	47
Tabel 4.3.2.d	Tanggapan Responden Sabun Mandi Bayi Merek Mittu Menjadi Sabun Mandi Bayi Pilihan Anda .....	48
Tabel 4.3.2.e	Tanggapan Responden Terhadap Merek Mittu Sebagai Sabun Mandi Bayi .....	49
Tabel 4.3.2.f	Tanggapan Responden akan Memakai Merek Mittu Sebagai Sabun Mandi Bayi.....	50
Tabel 4.3.3.a	Tanggapan Responden mengenal Merek Mittu Sebagai Tisu Basah yang Terpercaya Sudah Dikenal Masyarakat Sebagai Tisu Basah di Masyarakat Indonesia dan diproduksi PT Megasari Makmur .....	51
Tabel 4.3.3.b	Tanggapan Responden Mengenal Merek Mittu Sebagai	



	Tisu Basah yang Mampu Membersihkan Kulit Bayi, Memberikan Rasa Percaya Diri Karena Kulit Bayi Terlihat Bersih, dan Memiliki Kandungan Protein yang Menjaga Kelembaban dan Keindahan Kulit Bayi .....	52
Tabel 4.3.3.c	Tanggapan responden mengenal merek <i>Mittu</i> sebagai Tisu basah yang mempunyai harga terjangkau dengan kualitas tinggi, mampu memberikan rasa nyaman pada bayi yang lebih, memberikan kelembutan dan kesegaran bagi kulit, dan memiliki variasi sesuai keinginan.....	53
Tabel 4.3.3.d	Tanggapan responden mengenal merek merek <i>Mittu</i> Sebagai Tisu basah yang benar-benar memberikan solusi untuk membersihkan kotoran pada bayi, memiliki desain kemasan yang praktis dan mudah dibawa dengan ukuran yang bervariasi, memiliki kandungan anti iritasi yang tidak dimiliki oleh tisu basah lain, dan mampu menjaga kesehatan kulit dibanding Tisu basah lain.....	55
Tabel 4.3.3.e	Tanggapan responden mengenal merek <i>Mittu</i> sebagai Tisu basah yang mampu memberikan nutrisi yang cukup pada kulit bayi, mampu menjaga kondisi kulit bayi tetap bersih dan segar, membuat, kulit tampak lebih bersih, sesuai untuk segala jenis kulit bayi .....	56
Tabel 4.3.3.f	Tanggapan responden mengenal merek <i>Mittu</i> sebagai Tisu basah yang membuat kulit bayi lebih mudah dibersihkan, memiliki varian sesuai dengan kulit bayi,	

	<p>dapat memberi nutrisi pada kulit bayi, memiliki desain yang praktis dan mudah dibawa ..... 58</p>
Tabel 4.3.4.a	<p>Tanggapan responden mengenal merek <i>Mittu</i> sebagai Sabun Mandi Bayi yang memiliki merek yang terpercaya, sudah dikenal banyak masyarakat, merupakan satu-satunya merek Sabun Mandi Bayi yang dikenal sebagai sabun khusus bayi, dan diproduksi PT. Megasari Makmur ..... 59</p>
Tabel 4.3.4.b	<p>Tanggapan responden mengenal merek <i>Mittu</i> sebagai Sabun Mandi Bayi yang mampu memberikan kesegaran, menjadikan badan tetap segar dan wangi, dan memiliki kandungan komposisi yang mampu menjaga badan dari serangan kuman-kuman penyakit ..... 60</p>
Tabel 4.3.4.c	<p>Tanggapan responden mengenal merek <i>Mittu</i> sebagai Sabun Mandi Bayi yang mempunyai harga terjangkau dengan kualitas tinggi, mampu memberikan rasa percaya diri yang lebih, memberikan kesegaran pada tubuh, dan memiliki aroma yang segar ..... 62</p>
Tabel 4.3.4.d	<p>Tanggapan responden mengenal merek <i>Mittu</i> sebagai Sabun Mandi Bayi yang terbukti mampu menyegarkan dan mengharumkan badan dibandingkan dengan sabun Bayi merek lainnyalainnya, memiliki desain kemasan yang praktis dan mudah dibawa dengan ukuran yang bervariasi, memiliki kandungan aroma yang tahan lama</p>

	yang tidak dimiliki oleh sabun lain, dan mampu menyegarkan kulit Bayi dibandingkan dengan sabun Bayi lainnya .....	63
Tabel 4.3.4.e	Tanggapan responden mengenal merek <i>Mittu</i> sebagai Sabun Mandi Bayi yang mampu memberikan nutrisi yang cukup pada kulit, mampu menjaga kebersihan dan kelembutan kulit, mampu membersihkan kuman dan kotoran pada kulit Bayi, dan sesuai untuk segala jenis kulit Bayi .....	65
Tabel 4.3.4.f	Tanggapan responden mengenal merek <i>Mittu</i> sebagai Sabun Mandi Bayi yang membuat badan lebih harum dan segar, memiliki kandungan yang dapat membersihkan kuman dan kotoran, dapat memberi kesegaran dan keharuman pada kulit, dan memiliki desain yang praktis dan mudah dibawa .....	66
Tabel 4.4.1.a	Kekuatan respon pada Tisu basah merek <i>Mittu</i> .....	68
Tabel 4.4.1.b	Kekuatan respon pada Sabun Mandi Bayi merek <i>Mittu</i> .....	69
Tabel 4.4.1.c	Kekuatan Stimuli pada Tisu basah merek <i>Mittu</i> .....	71
Tabel 4.4.1.d	Kekuatan stimuli pada Sabun Mandi Bayi merek <i>Mittu</i> .....	73
Tabel 4.4.2.a	Perubahan Respon .....	75
Tabel 4.4.2.b	Perubahan Stimuli .....	76