

ABSTRAK

Ketty Karlina, 2008, Kinerja Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc di Kota Bandung di bawah bimbingan Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja,MM.

Kinerja merek yang paling tinggi berdasarkan *brand value* diraih oleh merek Honda CR-V sebesar 227,8%. 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 mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc di Kota Bandung. Kinerja merek atau nilai merek itu sendiri memiliki beberapa indikator yaitu : Merek yang Paling Diingat, Iklan yang Paling Diingat, Asosiasi Merek, Persepsi Terhadap Kualitas, Merek Terbaik, 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, Kepuasan Merek, Rekomendasi Merek , dan Merek yang Akan Dibeli.

Kata kunci : Kinerja Merek, Nilai Merek, Merek yang Paling Diingat, Iklan yang Paling Diingat, Asosiasi Merek, Persepsi Terhadap Kualitas, Merek Terbaik, BUMO, Loyalitas Merek, Kepuasan Merek, Rekomendasi Merek, dan Merek yang Akan Dibeli.

ABSTRACT

Ketty Karlina, 2008, Brand Performance of Medium SUV Cars 2.000cc-3.000cc at Bandung City under the supervision of Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja,MM.

The highest brand performance based on brand value is Honda CR-V 227,8%. 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 of medium SUV cars 2.000cc-3.000cc at Bandung City. Brand Equity or can be interpreted also with Brand Value have a few indicator, there is Brand Top Of Mind, Advertisement Top Of Mind, Brand Association, Perceived Quality, Best Brand, Brand Usage (Brand Ever Used, Brand Used Most Often, Brand Used Most Often Before and Brand Used Currently), Brand Loyalty, Brand Satisfaction, Brand Recommendation and Future Brand.

Keywords : Brand Equity, Brand Value, Brand Top Of Mind, Advertisement Top Of Mind, Brand Association, Perceived Quality, Best Brand, Brand Usage, Brand Ever Used, Brand Used Most Often, Brand Used Most Often Before and Brand Used Currently, Brand Loyalty, Brand Satisfaction, Brand Recommendation and Future Brand.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	17
2.1 Kajian Pustaka.....	17
2.1.1 Definisi Merek.....	17
2.1.2 Manfaat Merek.....	18
2.1.3 Citra dan Jenis Merek.....	22
2.1.4 Kriteria Merek yang Baik dan Efektif.....	25
2.1.5 Elemen-Elementer Merek.....	28
2.1.6 Ekuitas Merek.....	30
2.1.6.1 Konsep Ekuitas Merek.....	33
2.1.6.2 Manfaat Ekuitas Merek.....	52
2.2 Kerangka Pemikiran.....	54
2.3 Hipotesis.....	54
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Objek Penelitian.....	55
3.2 Metode Penelitian.....	55
3.2.1 Operasional Variabel.....	55
3.2.2 Metode Penarikan Sampel.....	57
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.2.4 Analisis Data.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Brand Awareness.....	63
4.1.1 Top of Mind Merek.....	70
4.2 Brand Association.....	69
4.2.1 Asosiasi Terhadap Merek yang Muncul di TOM.....	70
4.3 Perceived Quality.....	72
4.4 Perceived Of The Best Brand.....	74
4.4.1 Merek Terbaik Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc.....	74
4.4.2 Alasan Merek Terbaik.....	78

4.5	Advertising Awareness.....	80
4.5.1	Top Of Mind Iklan.....	80
4.6	Penetrasi Produk.....	84
4.7	Brand Usage.....	86
4.7.1	Merek-merek yang Pernah Digunakan.....	86
4.7.2	Merek-merek yang Paling Sering Digunakan.....	90
4.7.3	Merek-merek yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya.....	93
4.7.4	Merek yang Terakhir Kali/Saat ini Digunakan.....	97
4.7.5	Perbandingan Pernah, Paling Sering, Paling Sering Sebelumnya dan Terakhir Kali Digunakan.....	100
4.8	Gain Index.....	101
4.9	Perpindahan Merek.....	102
4.9.1	Alasan Meninggalkan Merek.....	102
4.9.2	Alasan Berpindah Merek.....	103
4.10	Brand Loyalty.....	104
4.10.1	Alasan Loyalitas.....	106
4.11	Volume Penggunaan.....	107
4.12	Kepuasan Terhadap Merek.....	108
4.12.1	Alasan Kepuasan Terhadap Merek.....	109
4.13	Brand Recommendation.....	110
4.14	Rencana Pembelian.....	112
4.15	Merek yang Akan Dibeli.....	113
4.16	Brand Value.....	117
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1	Kesimpulan.....	118
5.2	Saran.....	119
	DAFTAR PUSTAKA.....	xvi
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Katagori Mobil Jenis SUV.....	5
Tabel 1.2	Jumlah Kendaraan Umum dan Bukan Umum Berdasarkan Wilayah di Kota Bandung.....	7
Tabel 2.1	Elemen Merek.....	28
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	56
Tabel 3.2	Jumlah Penduduk Lokal Per Wilayah di Kota Bandung.....	57
Tabel 3.3	Jumlah Sampel Per Wilayah Usia 15-54 tahun.....	59
Tabel 4.1	Top Of Mind Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Wilayah di Kota Bandung.....	65
Tabel 4.2	Top Of Mind Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia.....	67
Tabel 4.3	Top Of Mind Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4.4	Top Of Mind Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi.....	69
Tabel 4.5	Asosiasi Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc.....	71
Tabel 4.6	Persepsi Kualitas Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Ranking.....	73
Tabel 4.7	Merek Terbaik Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Wilayah.....	75
Tabel 4.8	Merek Terbaik Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia.....	76
Tabel 4.9	Merek Terbaik Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Pekerjaan.....	77
Tabel 4.10	Merek Terbaik Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi.....	78
Tabel 4.11	Alasan Merek Terbaik Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc.....	79
Tabel 4.12	Top Of Mind Iklan Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Wilayah.....	81
Tabel 4.13	Top Of Mind Iklan Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia.....	82
Tabel 4.14	Top Of Mind Iklan Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Pekerjaan.....	83

Tabel 4.15	Top Of Mind Iklan Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi.....	84
Tabel 4.16	Penetrasi Produk Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Wilayah.....	85
Tabel 4.17	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Pernah Digunakan Selama Dua Bulan Terakhir Berdasarkan Wilayah.....	86
Tabel 4.18	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Pernah Digunakan Selama Dua Bulan Terakhir Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia.....	87
Tabel 4.19	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Pernah Digunakan Selama Dua Bulan Terakhir Berdasarkan Pekerjaan.....	88
Tabel 4.20	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Pernah Digunakan Selama Dua Bulan Terakhir Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi.....	89
Tabel 4.21	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Paling Sering Digunakan Berdasarkan Wilayah.....	90
Tabel 4.22	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Paling Sering Digunakan Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia.....	91
Tabel 4.23	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Paling Sering Digunakan Berdasarkan Pekerjaan.....	92
Tabel 4.24	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Paling Sering Digunakan Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi.....	93
Tabel 4.25	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya Berdasarkan Wilayah.....	94
Tabel 4.26	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia.....	95
Tabel 4.27	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya Berdasarkan Pekerjaan.....	96
Tabel 4.28	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi.....	96

Tabel 4.29	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Terakhir Kali / Saat ini Digunakan Berdasarkan Wilayah.....	97
Tabel 4.30	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Terakhir Kali/Saat ini Digunakan Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia.....	98
Tabel 4.31	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Terakhir Kali/Saat ini Digunakan Berdasarkan Pekerjaan.....	99
Tabel 4.32	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Terakhir Kali/Saat ini Digunakan Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi.....	99
Tabel 4.33	Perbandingan Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Pernah, Paling Sering, Paling Sering Sebelumnya, dan Terakhir Digunakan.....	100
Tabel 4.34	Gain Index Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc.....	101
Tabel 4.35	Perpindahan Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc.....	102
Tabel 4.36	Alasan Meninggalkan Merek yang Paling Sering Digunakan Sebelumnya Berdasarkan Merek.....	103
Tabel 4.37	Alasan Menuju (Berpindah) Merek yang Paling Sering Digunakan Berdasarkan Merek.....	104
Tabel 4.38	Loyalitas Merek Berdasarkan Merek.....	105
Tabel 4.39	Alasan Loyalitas Merek yang Paling Sering Digunakan.....	107
Tabel 4.40	Volume Pembelian Merek yang Paling Sering Digunakan.....	107
Tabel 4.41	Kepuasan Terhadap Merek yang Paling Sering Digunakan.....	108
Tabel 4.42	Alasan Kepuasan Terhadap Merek yang Paling Sering Digunakan.....	109
Tabel 4.43	Rekomendasi Merek yang Paling Sering Digunakan.....	111
Tabel 4.44	Rencana Pembelian Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Wilayah.....	112
Tabel 4.45	Merek-merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Akan Dibeli.....	114
Tabel 4.46	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Akan Di Beli Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin dan Usia.....	115
Tabel 4.47	Merek-Merek Mobil jenis medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Akan Di Beli Berdasarkan Pekerjaan.....	115

Tabel 4.48	Merek-Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc yang Akan Di Beli Berdasarkan Pengeluaran.....	116
Tabel 4.49	Brand Value Kinerja Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc di Kota Bandung.....	117
Tabel 5.1	Brand Value Kinerja Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc di Kota Bandung.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2	Piramida Loyalitas.....	35
Gambar 2.3	Piramida Brand Awareness.....	38
Gambar 2.4	Nilai Kesadaran Merek.....	39
Gambar 2.5	Nilai dari Kesan Kualitas.....	42
Gambar 2.6	Nilai Asosiasi Merek.....	45
Gambar 2.8	Paradigma Penelitian Kinerja Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc di Kota Bandung.....	54

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Asosiasi Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc.....	72
Grafik 4.2	Persepsi Kualitas Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Ranking.....	74
Grafik 4.3	Alasan Merek Terbaik Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc.....	80
Grafik 4.4	Penetrasi Produk Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc Berdasarkan Wilayah.....	85
Grafik 4.5	Loyalitas Merek Berdasarkan Merek.....	106
Grafik 4.6	Rekomendasi Merek yang Paling Sering Digunakan.....	111
Grafik 4.7	Rencana Pembelian Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc.....	113