



TINGKAT BRAND AWARENESS (KESADARAN MEREK)

KHALAYAK MENGENAI BRAND ALFAMIDI

(STUDI DESKRIPTIF BRAND AWARENESS MASYARAKAT TANJUNG DUREN UTARA RW 04
MENGENAI BRAND ALFAMIDI TAHUN 2012)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :
ELIN MARLINA

44308110003

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : TINGKAT BRAND AWARENESS (KESADARAN MEREK)
KHALAYAK MENGENAI BRAND ALFA MIDI TAHUN
2012

Nama : Elin Marlina

Nim : 44308110003

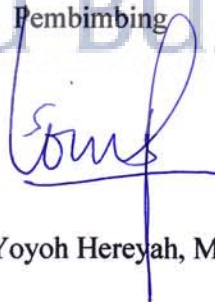
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing Komunikasi

Jakarta, Maret 2013

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,
Pembimbing



(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : TINGKAT BRAND AWARENESS (KESADARAN MEREK)
KHALAYAK MENGENAI BRAND ALFA MIDI TAHUN
2012

Nama : Elin Marlina

Nim : 44308110003

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing Komunikasi

Jakarta, Maret 2013

DISETUJUI DAN DITERIMA OLEH,

Pembimbing



(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

MENGETAHUI,

Dekan


Ketua

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi *Marketing Komunikasi & Advertising*



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Dra. Yoyoh Hereyah M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : TINGKAT BRAND AWARENESS (KESADARAN MEREK)
KHALAYAK MENGENAI BRAND ALFA MIDI TAHUN
2012

Nama : Elin Marlina
Nim : 44308110003
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Komunikasi

Jakarta, Maret 2013

Ketua Sidang

Nama : SM Niken Restaty, S Sos, M Si (.....)

Penguji Ahli

Nama : Berliani Ardha, M Si (.....)

Pembimbing

Nama : Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si (.....)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik skripsi ini sebagaimana yang diharapkan. Serta tidak lupa shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Adapun tujuan dari skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Komunikasi dan Advertising Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari keterbatasan ilmu dan kemampuan yang dimiliki sehingga kemungkinan kesalahan masih banyak terdapat dalam skripsi ini. Namun begitu, penulis berusaha sebaik mungkin membenahi diri dan menjadikan skripsi ini berguna bagi pembaca dan masyarakat luas.

Pada kesempatan ini penulis berkenan menyampaikan segala rasa hormat dan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

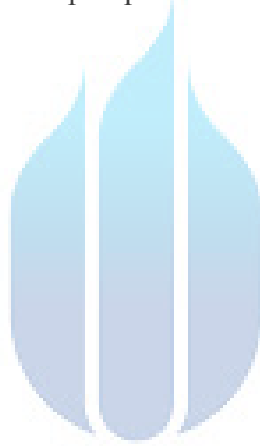
1. Yang pertama dan paling utama penulis mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT yang memiliki segalanya dan para rosul dan nabinya yang telah membawa umatnya kejalan kesempurnaan
2. Ibu Dra.Yoyoh Hereyah,M.Si sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan saran serta arahan dan bersedia meluangkan waktu serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Suamiku Tercinta yang telah memberikan semangat dan telah banyak membantu saya baik secara material dan spiritual yang tak ternilai.
4. Kedua Orang Tuaku Tercinta, Kakak-kakakku, serta Kedua Anakku Tercinta

yang selalu menyemangati dan selalu mendoakan.

5. Teman-teman saya seperjuangan angkatan 13 kelas karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi bidang studi Marketing komunikasi angkatan 2008 telah berbagi Ilmu, pengalaman, suka, dan duka dan yang selalu memberikan semangat.
6. Seluruh Dosen dan Staff TU Fikom UMB yang senantiasa membantu saya

Semoga semua amal baik dan bantuannya diberikan dengan penuh keiklasan dan semoga mendapat ganjaran yang setimpal dari Allah SWT. Penulis mohon maaf apabila masih terdapat kekurangan dalam penulisan penyusunan skripsi ini, Semoga skripsi ini memberi manfaat bagi pembaca maupun penulis.

Wassalam.



Jakarta Maret 2013

Penulis,

Elin Marlina

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI ...	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.4.1 Manfaat Akademis	18
1.4.2 Manfaat Praktis	18

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1	Komunikasi sebagai salah satu aktivitas Pemasaran.....	19
2.2	Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	22
2.3	Pengertian Bauran Pemasaran	25
2.4	Merek.....	27
2.5	Brand Equity.....	34
2.6	Hubungan Brand Equity dengan Brand Awareness.....	36
2.7	Brand Awareness.....	37
2.8	Mencapai Kesadaran.....	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Sifat. Penelitian	41
3.2	Metode Penelitian	41
3.3	Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1	Data Primer	42
3.3.2	Data Sekunder	43
3.4	Populasi dan Sampel	43
3.4.1	Populasi	43
3.4.2	Sampel	43
3.4.3	Teknik Penarikan Sampel	44
3.5	Lokasi dan Waktu Penelitian	45
3.6	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	46

3.6.1	Definisi Konsep	46
3.6.2	Operasionalisasi Konsep	46
3.7	Tehnik Analisis Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum tentang ALFA MIDI	49
4.1.1	Logo Perusahaan	50
4.1.2	Visi dan Misi ALFA MIDI	50
4.1.2.1	Visi	50
4.1.2.2	Misi	50
4.1.3	Sumber Daya Manusia	51
4.2	Hasil Penelitian	51
4.2.1	Identitas Responden	52
4.2.1.1	Usia	52
4.2.1.2	Jenis Kelamin	53
4.2.2	Tingkat Brand Awareness	54
4.2.2.1	Top Of Mind	54
4.2.2.2	Brand Recall	56
4.2.2.3	Brand Recognition	57
4.2.2.4	Unaware Brand	62
4.2.3	Berdasarkan Pelanggan	63
4.2.4	Sumber Pengetahuan Responden Terhadap Merek.....	65

4.3 Pembahasan 67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 70

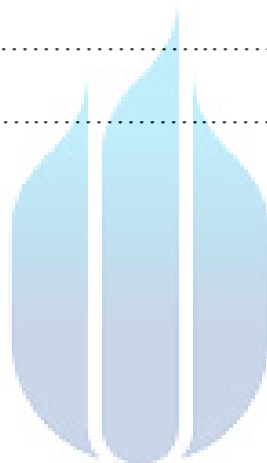
5.2 Saran 73

5.2.1 Akademis 73

5.2.2 Praktis 73

DAFTAR PUSTAKA

LAMP{IRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA