



**BRAND IMAGE KHALAYAK TERHADAP PERTAMINA YANG
DIBANGUN MELALUI PROGRAM SPBU “PASTI PAS”**

(Survey : Masyarakat Aren Jaya Bekasi)

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

Nur Qoni'ah

44309110050

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2011



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : *Brand Image* Khalayak Terhadap Pertamina Yang
Dibangun Melalui Program SPBU Pasti Pas
(Survey : Masyarakat Aren Jaya Bekasi)

Nama : Nur Qoni'ah

NIM : 44309110050

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing komunikasi dan periklanan

Jakarta, 8 Oktober 2011

UNIVERSITAS
Mengetahui,
MERCU BUANA
Pembimbing

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : *Brand image* khalayak terhadap Pertamina yang dibangun melalui program SPBU Pasti Pas (Survey : masyarakat aren jaya bekasi)
Nama : Nur Qoni'ah
NIM : 44309110050
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan

Jakarta, 19 November 2011

Ketua sidang

(Dr.Farid Hamid U M,si)

(.....)

Penguji Ahli

(SM Niken Restaty M,Si)

(.....)

Dosen Pembimbing

(Dr.Ahmad Mulyana M,Si)

(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI

Judul : *Brand image* khalayak terhadap Pertamina yang dibangun melalui program SPBU Pasti Pas (Survey : masyarakat aren jaya bekasi)

Nama : Nur Qoni ' ah

NIM : 44309110050


Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan

Jakarta, 10 Desember 2011

Dosen pembimbing,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Dr. Ahmad Mulyana M, Si)

Dekan Fikom



(Dra. Diah Wardhani M, Si)

Ketua bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati M, si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan ke hadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga Penulisan skripsi dengan judul “*Brand Image* Khalayak Terhadap Pertamina Yang Dibangun Melalui Program SPBU Pasti Pas dengan melakukan survey pada masyarakat aren jaya bekasi ini, dapat terselesaikan. Dalam hal ini saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua Orang tua yang telah memberi dukungan dan do'anya.
2. Bp. Dr. Ahmad Mulyana M,Si sebagai dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga dalam penulisan skripsi ini
3. Ibu SM Niken Restaty sebagai dosen penguji yang sudah sangat membantu dalam revisi skripsi
4. Bp. Dr. Farid Hamid M,Si selaku dosen penguji
5. Bp.Adhi Gurmilang M, Si dan seluruh dosen Mercubuana yang sudah membantu memberikan masukan serta dukungannya dalam penulisan skripsi ini
6. Staff perpustakaan menteng pak Jamal dan pak Wahab “terimakasih atas bantuannya”
7. Staff TU (Bp.Syamsudin dan Bp.Mawi) yang turut membantu segala bentuk administrasi
8. Teman terbaikku Raden Resdiana dan Fransiska Virginia yang selalu memberikan support
9. Seluruh teman – teman markom angkatan XV mbak Hany, mami, mbak Wita, mbak Laras, Rezy, Tata, Ipon, Magda, Wulan, Lydia, Uthee, mbak Fika, mbak

- Movie, mbak Nanink, Galih, Dicky, Dedi, Farid, Ichsan, Ola, dan mba Kiky
10. Bp. Tata, Bp.Suwardi, Bp.Iwan dan seluruh pihak-pihak Pertamina yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini
 11. Pihak Prograss Prima Indonesia (Studi Jerman) atas pengertiannya yang telah memberikan dukungan dan kesempatan berupa dispensasi *office hour* untuk penyelesaian skripsi ini
 12. Juga kepada seluruh pihak-pihak terkait yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu-persatu, saya ucapkan terima kasih

Akhirnya dengan seluruh keterbatasan dan kekurangan yang mungkin masih sangat jauh dari kesempurnaan, saya berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi Mahasiswa-I Universitas Mercubuana khususnya bagi mahasiswa fakultas ilmu komunikasi jurusan marketing komunikasi dan periklanan.

Jakarta, Januari 2012



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Lembar Lulus Sidang Skripsi	ii
Lembar Pengesahan Revisi Skripsi	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latarbelakang Masalah	1
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

1.1 Komunikasi	8
1.1.1 Teori Efek Komunikasi	9
1.1.2 Efek Komunikasi	11
1.2 Komunikasi Pemasaran	12
1.2.1 Positioning Produk Sebagai <i>Brand Image</i>	16
1.3 <i>Brand</i>	18
1.3.1 Pengertian <i>Brand</i>	18
1.3.2 <i>Brand Image</i>	20
1.4 Komponen Pembentuk <i>Brand Image</i>	22
1.4.1 <i>Brand Awareness</i>	22
1.4.2 <i>Brand Association</i>	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	27
---------------------------	----

3.2	Metode Penelitian	27
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	30
3.6	Teknik Analisa Data	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

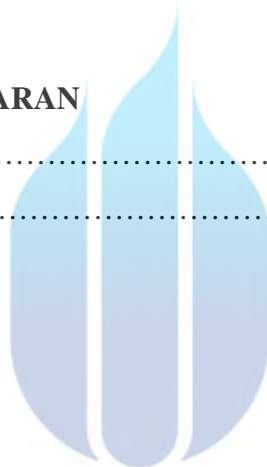
4.1	Profil Pertamina	
4.2	Hasil Penelitian <i>Brand Image</i> Masyarakat Aren Jaya Terhadap Pertamina	36
4.3	Pembahasan.....	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN PENELITIAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Operasionalisasi konsep	31
Tabel 2	Golongan usia responden	39
Tabel 3	Jenis kelamin responden	40
Tabel 4	Jenis pekerjaan responden	40
Tabel 5	Tingkat pendidikan responden	41
Tabel 6	Status responden	41
Tabel 7	Penghasilan responden	42
Tabel 8	Mengenal PT.Pertamina	43
Tabel 9	Pengetahuan tentang program Pertamina Way	44
Tabel 10	Mengetahui SPBU Pasti Pas adalah milik Pertamina.....	45
Tabel 11	Mengetahui perbedaan antara SPBU Pasti Pas dengan SPBU Pertamina biasa.....	46
Tabel 12	Mengenal SPBU Pasti Pas Dari logo Pasti Pas.....	47
Tabel 13	Ingat logo Pasti Pas	48
Tabel 14	Pengetahuan responden mengenai fasilitas dan pelayanan SPBU Pasti Pas	49
Tabel 15	Pengetahuan terhadap fasilitas yang diberikan SPBU Pasti Pas lebih lengkap dari SPBU Pertamina biasa	50
Tabel 16	Pengetahuan responden mengenai fasilitas toilet, mushola, ATM, minimarket, dan café yang terdapat di SPBU Pasti Pas	51
Tabel 17	Pengetahuan responden terhadap operator SPBU Pasti Pas yang akan memberikan salam, menunjukkan angka nol, dan mengucapkan terima kasih	52
Tabel 18	Pengetahuan responden jika SPBU Pasti Pas berada di jalur yang strategis	53
Tabel 19	Pengetahuan responden terhadap seragam yang digunakan oleh operator SPBU Pasti Pas.....	54

Tabel 20	Pengetahuan responden jika SPBU Pasti Pas menggunakan alat pengukur dengan kualitas dan kuantitas lebih akurat dan monitoring lebih ketat	55
Tabel 21	Jika membeli BBM diSPBU Pasti Pas akan mendapatkan takaran yang pas	56
Tabel 22	Jika membeli BBM diSPBU Pasti Pas akan memperoleh BBM dengan kualitas baik.....	57
Tabel 23	Operator di SPBU Pasti Pas memberikan pelayanan dengan baik	58
Tabel 24	Merasa nyaman dengan fasilitas yang ada di SPBU Pasti Pas.....	59
Tabel 25	SPBU Pasti Pas merupakan bentuk nyata kepedulian Pertamina terhadap keinginan pelanggan.....	60
Tabel 26	SPBU Pasti Pas adalah salah satu perubahan Pertamina dari segi kualitas, kuantitas, pelayanan dan kenyamanan fasilitas	61
Tabel 27	SPBU Pasti Pas merubah penilaian anda terhadap Pertamina yang dulu dan yang sekarang	62
Tabel 28	Pertamina terlihat lebih professional dalam bekerja jika dilihat dari pelayanan dan fasilitas di SPBU Pasti Pas	63
Tabel 29	Melalui SPBU Pasti Pas yang telah memberikan pelayanan terbaiknya Pertamina telah memenuhi standar sebagai perusahaan kelas dunia	64
Tabel 30	SPBU Pasti Pas merupakan usaha Pertamina untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap	65
Tabel 31	Pertamina Melalui SPBU Pasti Pas, Pertamina terlihat Lebih jujur dan terbuka dalam melayani pelanggan	66

Tabel 32	Melalui SPBU Pasti Pas, Pertamina telah membuktikan janjinya untuk memberikan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan	67
Tabel 33	SPBU Pasti Pas adalah produk Pertamina maka memiliki citra yang baik dimata anda	68
Tabel 34	Dengan kehadiran SPBU Pasti Pas membuat Pertamina mampu bersaing dengan SPBU asing seperti Petronas dan Shell	69
Tabel 35	Menyukai pelayanan dan fasilitas SPBU Pasti Pas sehingga tidak akan berpaling ke SPBU lain	70
Tabel 36	SPBU Pasti Pas identik dengan operator cantik	71
Tabel 37	Hasil coding jawaban responden	72
Tabel 38	Skala pengukuran	74

