

**PENGARUH SLOGAN KFC ‘JAGONYA AYAM’ TERHADAP
PERSEPSI KONSUMEN
(Studi kasus pada konsumen di KFC Emporium Pluit Mall)**

SKRIPSI

**Nama : Acep Sofian
NIM : 43106110101**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

**PENGARUH SLOGAN KFC ‘JAGONYA AYAM’ TERHADAP
PERSEPSI KONSUMEN
(Studi kasus pada konsumen di KFC Emporium Pluit Mall)**

**SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Acep Sofian
NIM : 43106110101**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Acep Sofian

NIM : 43106110101

Program Studi : S-1 Ekonomi Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 03 Maret 2011

(Acep Sofian)
NIM 43106110101

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Acep Sofian
NIM : 43106110101
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Slogan KFC 'jagonya ayam' Terhadap Persepsi
Konsumen
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

(Daru Asih, S.E, M.Si.)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen S1

(Dr. Enny Ariyanto, S.E., M.Si.)

(Arief Bowo Prayoga K, S.E., M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
Pengaruh Slogan KFC ‘jagonya ayam’ Terhadap Persepsi Konsumen
(Studi Kasus Pada Konsumen di KFC Emporium Pluit Mall)

Dipersiapkan dan Disusun oleh:
Acep Sofian
43106110101

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 03 Maret 2011

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/Pembimbing

(Daru Asih, S.E., M.Si.)

Anggota Dewan Penguji

(Lianah, S.E., M.Com)

Anggota Dewan Penguji

(Drs. Wawan Purwanto, S.E., M.M)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, kekuatan, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik mengenai isi, pembahasan, maupun penyajiannya. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi lebih menyempurnakan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak baik saran, bimbingan, dan pengarahan serta dukungan moral dan material kepada penulis demi menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Enny Ariyanto, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Arief Bowo Prayoga K, S.E.,M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Daru Asih, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sepenuh hati dan kesabaran meluangkan waktu, tenaga dan pikiran ditengah

kesibukkanya untuk memberikan pengarahan, pendampingan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.

4. Para Dosen, Staf Pengajar dan seluruh karyawan perpustakaan Universitas Mercu Buana atas bimbingan dan bantuannya selama ini.
5. Segenap pimpinan KFC cabang Emporium Pluit Mall, Bapak Toni selaku restoran manager dan Bapak Ambar Kusuma selaku asisten restoran manager atas partisipasinya dan kerja samanya dalam penelitian skripsi ini.
6. Ibu dan Bapak beserta Keluarga tercinta yang telah memberikan doa, dukungan moral dan spriritual kepada penulis untuk menyelesaikan studi dan skripsi ini.
7. Rekan – rekan PKK Angkatan IX Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemem Universitas Mercu Buana, khususnya kepada Team Bolang atas kebersamaan selama ini serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang belum tersebut satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini sebagai karya tulis perdana meskipun masih banyak kekurangan dan keterbatasan dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Jakarta, 03 Maret 2011
Penulis

Acep Sofian

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5

BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.4 Pelayanan / Jasa.....	13
2.4.1 Definisi Pelayanan / Jasa.....	13
2.4.2 Karakteristik Jasa.....	14
2.5 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.6 Positioning Statement atau Slogan.....	19
2.6.1 Pengertian Slogan.....	19
2.6.2 Manfaat Slogan.....	20
2.6.3 Fungsi dan Tujuan Slogan.....	20
2.6.4 Citra Slogan.....	21
2.6.5 Tahapan-Tahapan Slogan Dalam Perkembangan Produk...	22
2.6.7 Karakter dan Unsur-Unsur Yang Harus Tergambarkan Dalam Slogan.....	23
2.7 Perilaku Konsumen.....	24
2.8 Teori Persepsi Konsumen.....	26
2.8.1 Persepsi Konsumen.....	26
2.8.2 Stimulus	28
2.8.3 Proses Persepsi	30
2.8.4 Karakteristik Stimulus Yang Mempengaruhi Persepsi.....	34

2.8.5 Karakteristik Konsumen Yang Mempengaruhi Persepsi.....	36
2.9 Pengaruhi Slogan Terhadap Persepsi Konsumen.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Obyektif Penelitian.....	39
3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
3.1.2 Produk.....	42
3.2 Desain Penelitian.....	42
3.3 Hipotesis Penelitian.....	43
3.4 Variabel Penelitian.....	43
3.5 Defenisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	44
3.5.1 Defenisi Operasional Variabel.....	44
3.5.2 Skala Pengukuran.....	46
3.6 Jenis Data.....	47
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.8 Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
3.8.1 Populasi.....	47
3.8.2 Sampel Penelitian.....	48
3.9 Metode Analisis Data.....	49
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Karakteristik Responden.....	52
4.2 Analisa Hasil Kuesioner Tentang Slogan KFC 'jagonya ayam'	58
4.3 Anaisa Hasil Kuesioner Tentang Persepsi Konsumen.....	71

4.4 Pengaruh Slogan KFC 'jagonya ayam' Terhadap Persepsi Konsumen.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel Slogan KFC 'jagonya ayam'	45
Tabel 3.2 Operasional Variabel Persepsi Konsumen.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir....	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan...	57
Tabel 4.6 Slogan KFC 'jagonya ayam' merupakan slogan yang bagus.....	58
Tabel 4.7 Slogan KFC 'jagonya ayam' slogan yang cukup terkenal.....	59
Tabel 4.8 Slogan KFC 'jagonya ayam' slogan yang mudah diingat.....	60
Tabel 4.9 Slogan KFC 'jagonya ayam' slogan yang bergengsi.....	61
Tabel 4.10 Slogan KFC 'jagonya ayam' sesuai dengan kualitas produknya.	62
Tabel 4.11 Slogan KFC 'jagonya ayam' mudah sekali diucapkan.....	63
Tabel 4.12 Slogan KFC 'jagonya ayam' sangat dihargai	64
Tabel 4.13 Slogan KFC 'jagonya ayam' sesuai dengan kepribadian.....	65
Tabel 4.14 Slogan KFC 'jagonya ayam' sangat menarik.....	66
Tabel 4.15 Dengan adanya slogan KFC 'jagonya ayam' produk akan banyak dikonsumsi.....	66

Tabel 4.16	Dengan adanya slogan KFC 'jagonya ayam' perusahaan akan mudah terkenal.....	67
Tabel 4.17	Konsumen tertarik sekali pada slogan KFC 'jagonya ayam'	68
Tabel 4.18	Konsumen merasa bangga mengkonsumsi produk KFC.....	69
Tabel 4.19	Rekapitulasi analisis slogan KFC 'jagonya ayam'.....	70
Tabel 4.20	Slogan KFC 'jagonya ayam' sangat familiar.....	71
Tabel 4.21	Slogan KFC 'jagonya ayam' merefleksikan seperti apa.....	72
Tabel 4.22	Mengasosiasikan slogan ini dengan suatu produk KFC.....	73
Tabel 4.23	Responden sering melihat slogan KFC 'jagonya ayam'	74
Tabel 4.24	Slogan KFC 'jagonya ayam' merupakan slogan yang unik.....	75
Tabel 4.25	Slogan KFC 'jagonya ayam' sangat sesuai dengan kalitas Produknya.....	75
Tabel 4.26	Responden mengetahui sekali produk KFC.....	76
Tabel 4.27	Responden membandingkan slogan KFC 'jagonya ayam'	77
Tabel 4.28	Bagi Responden slogan KFC 'jagonya ayam' memiliki arti yang cukup baik.....	78
Tabel 4.29	Slogan KFC merupakan slogan yang sesuai dengan gaya hidup responden.....	79
Tabel 4.30	Responden memiliki tanggapan yang positif terhadap slogan KFC 'jagonya ayam'	80
Tabel 4.31	Responden menaruh kepercayaan terhadap slogan KFC.....	80
Tabel 4.32	Responden berminat untuk membeli produk makanan KFC.....	81

Tabel 4.33	Rekapitulasi analisis persepsi konsumen.....	82
Tabel 4.34	Variables Entered/Removed ^b	83
Tabel 4.35	Model Summary.....	84
Tabel 4.36	Hasil Uji Regresi.....	84
Tabel 4.37	Hasil Uji t.....	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Persepsi.....	30
Gambar 3.1 Kurva Uji t.....	51
Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
Gambar 4.4 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Gambar 4.5 Grafik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbualan.....	57
Gambar 4.6 Kurva Uji t.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	93
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Kuesioner.....	98
Lampiran 3 Perhitungan Analisi Regresi dengan SPSS 16.0.....	107
Lampiran 4 Tabel t.....	118
Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian.....	119