

PENGARUH MEREK BERBAHASA ASING TERHADAP PERSEPSI

KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN

WAFER TANGO

(Studi Kasus Mahasiswa di Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Arief Mahdian

NIM : 43106010127



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010

PENGARUH MEREK BERBAHASA ASING TERHADAP PERSEPSI

KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN

WAFER TANGO

(Studi Kasus Mahasiswa di Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Arief Mahdian

NIM : 43106010127



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arief Mahdian
NIM : 43106010127
Program Studi : 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 08 Agustus 2010

Arief Mahdian
43106010127

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Arief Mahdian
NIM : 43106010127
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Merek Berbahasa Asing Terhadap Persepsi
Konsumen Pada Produk Makanan Wafer Tango
(Studi Kasus Mahasiswa di Universitas Mercu Buana)
Tanggal lulus ujian : 05 Agustus 2010

Disahkan oleh :
Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM
Tanggal :

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen S1

Dra. Yuli Harwani, MM
Tanggal :

Arief Bowo Prayoga, SE, MM
Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Merek Berbahasa Asing Terhadap Persepsi Konsumen
Pada Produk Makanan Wafer Tango
(Studi Kasus Mahasiswa di Universitas Mercu Buana)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Arief Mahdian

43106010127

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 05 Agustus 2010

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

(Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM)

Anggota Dewan Penguji

(Dra. Yuli Harwani, MM)

Anggota Dewan Penguji

(Arief Bowo Prayoga, SE, MM)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alakum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang maha mengasihi lagi menyayangi setiap makhluknya. Salah satu rahmatnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Merek Bahasa Asing Terhadap Persepsi Konsumen Pada Produk Makanan Wafer Tango (Studi Kasus Mahasiswa di Universitas Mercu Buana)”.

Dengan segala kemampuan yang ada, penulis berupaya untuk menghimpun data dan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini. Jika terdapat kesalahan di dalam penulisan ini, penulis meminta maaf, karena manusia tidaklah luput dari kesalahan, namun penulis akan berupaya untuk lebih meningkatkan kemampuan dan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itulah di dalam kesempatan ini penulis hendak menyampaikan rasa ucapan terima kasih kepada :

1. Rabb penguasa langit maupun bumi yaitu Allah SWT dengan rahmatnya tanpa jenuh selalu menolong para hambanya.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing para umatnya untuk menuju jalan keselamatan di dunia maupun akhirat.
3. Untuk kedua orang tua saya, ayah dan ibunda tercinta dengan dukungan moril, materil dan doanya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak H. Probosutedjo selaku Ketua Yayasan Menara Bhakti.

5. Bapak Dr. Ir. H. Suharyadi, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Wakil Rektor Universitas Mercu Buana sekaligus pembimbing skripsi yang telah banyak memberi petunjuk, saran kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Arief Bowo Prayoga, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
8. Ibu Dra. Yuli Harwani, R., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
9. Kepada seluruh Dosen Program Studi Manajemen 2006 di Fakultas Ekonomi, terima kasih atas segala ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
10. Seluruh staf dan karyawan di Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan pelayanan selama penulis melakukan kegiatan perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
11. Harry Purnomo, SE, Jamal Nasrullah, SE, atas bantuan, motivasi, kritik dan sarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman Manajemen 2003 yaitu : Kamja, Helmy, Haris, Rudi, Edy, Candi Wibowo, Heru, Ronald, Agung, Syafwan, dll, atas motivasinya selama ini.
13. Teman-teman Manajemen 2006 yaitu : Rianto, Afrizal, Agus, Agustinus, Eko, Khafi, Ahmad, Dimas, Bayhaki, Rizki, Nita, Puji, Galuh, Galih, Mansyah, Budi, Daim, Adipati, Ivan, Tri M, Tribowo, Haqim, Egi, Angga, Hidayat, dll, telah memberi semangat dan motivasinya selama perkuliahan.

14. Maemunah atas segala bantuan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

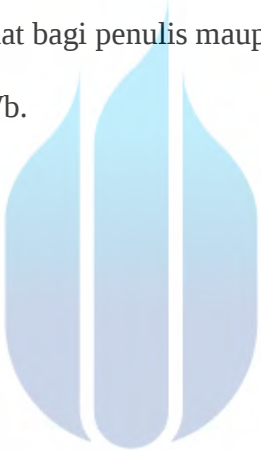
15. Dan juga semua teman-temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya semoga Allah SWT, membalas kebaikan yang sudah kalian berikan.

Penulis menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak sangatlah penulis harapkan dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis maupun para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, Agustus 2010

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBINGAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah	
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran	5
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	7

2.2.1	Produk (<i>Product</i>).....	8
2.2.2	Harga (<i>Price</i>).....	9
2.2.3	Distribusi (<i>Distribution</i>)	9
2.2.4	Promosi (<i>Promotion</i>).....	10
2.3	Komunikasi Pemasaran	10
2.4	Keputusan Mengenai Merek	11
2.4.1	Pengertian Merek (<i>Brand</i>).....	11
2.4.2	Fungsi Merek	12
2.4.3	Mutu Merek	13
2.4.4	Manfaat Merek	13
2.4.5	Citra Merek	15
2.4.6	Ekuitas Merek	17
2.5	Teori Pemberian Nama Merek Berbahasa Asing	18
2.6	Teori Persepsi Konsumen	19
2.6.1	Pengertian Persepsi	19
2.6.2	Stimulus.....	20
2.6.3	Proses Persepsi	22
2.6.4	Karakteristik Stimulus yang Mempengaruhi Persepsi	27
2.6.5	Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi	29
2.6.6	Inferensi (Suatu Proses Untuk Menghasilkan Informasi dari Fakta yang Diketahui)	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Gambaran Umum Perusahaan	32
3.1.1	Lokasi Penelitian	32
3.1.2	Sejarah Perusahaan.....	32
3.1.3	Komposisi dari Wafer Tango	34
3.2	Metode Penelitian.....	41
3.3	Hipotesis	42
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.5	Variabel dan Pengukurannya	44
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.8	Metode Analisis Data.....	48

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	50
4.2	Analisa Hasil Kuesioner Tentang Merek Berbahasa Asing..	51
4.3	Analisa Hasil Kuesioner Tentang Persepsi Konsumen.....	59
4.4	Pengaruh Merek Berbahasa Asing Terhadap Persepsi Konsumen Pada Produk Wafer Tango	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas	
Mercu Buana	43
Tabel 3.2 Operasional Variabel X	46
Tabel 3.3 Operasional Variabel Y	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	50
Tabel 4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
Merupakan Pimpinan Pasar (<i>Brand Leader</i>)	51
Tabel 4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
Merupakan Merek yang Terkenal	52
Tabel 4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
Merupakan Merek yang Mudah Diingat	52
Tabe; 4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
Merupakan Merek yang Sangat Bergengsi	53
Tabel 4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
Merupakan Merek yang Sangat Sesuai dengan Kualitasnya	53
Tabel 4.2.6 Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
Merupakan Merek yang Mudah Diucapkan	54
Tabel 4.2.7 Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
Merupakan Merek yang Sangat Dihargai oleh Lingkungan	
Konsumen	54
Tabel 4.2.8 Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
Merupakan Merek yang Sesuai dengan Kepribadian	
Konsumen	55

Tabel 4.2.9	Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
	Merupakan Merek yang Sangat Menarik	55
Tabel 4.2.10	Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
	Merupakan Merek yang Banyak di Konsumsi	56
Tabel 4.2.11	Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
	Merupakan Perusahaan Terkenal dan Terpercaya	56
Tabel 4.2.12	Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikannya Pada	
	Merek Wafer Tango	57
Tabel 4.2.13	Tanggapan Responden Mengenai Kebanggaannya	
	Mengonsumsi Produk Wafer Tango	57
Tabel 4.2.14	Rekapitulasi Analisis Merek Berbahasa Asing Pada Produk	
	Wafer Tango.....	58
Tabel 4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Wafer Tango Sangat	
	Familiar	59
Tabel 4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Merefleksikan Seperti apa	
	Produk Makanan Rasa Coklatnya dan Rasa lainnya	59
Tabel 4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Mengasosisasikan Merek	
	ini dengan Suatu Produk yang Asing	60
Tabel 4.3.4	Tanggapan Responden Mengenai Sering Mengingat Iklan	
	Merek Wafer Tango di Televisi, Surat Kabar, Radio, dll	60
Tabel 4.3.5	Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango	
	Merupakan Produk dengan Nama yang Unik	61
Tabel 4.3.6	Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango Sangat	
	Sesuai Dengan Produknya	61

Tabel 4.3.7	Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Responden Terhadap Produk Wafer Tango	62
Tabel 4.3.8	Tanggapan Responden Mengenai Membandingkan Wafer Tango Dengan Merel Lainnya	62
Tabel 4.3.9	Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango Memiliki Arti Yang Sangat Baik	63
Tabel 4.3.10	Tanggapan Responden Mengenai Merek Wafer Tango Merupakan Merek Yang Secara Total Selaras Dengan Hidup Saya	63
Tabel 4.3.11	Tanggapan Responden Mengenai Tanggapan Yang Positif Terhadap Merek Wafer Tango	64
Tabel 4.3.12	Tanggapan Responden Mengenai Menaruh Kepercayaan Terhadap Merek Wafer Tango	64
Tabel 4.3.13	Tanggapan Responden Mengenai Berminat Membeli Produk Merek Wafer Tango	65
Tabel 4.3.14	Rekapitulasi Analisis Persepsi Konsumen Pada Produk Wafer Tango.....	66
Tabel 4.4.1	Variables Entered/Removed ^b	67
Tabel 4.4.2	Model Summary	68
Tabel 4.4.3	Anova ^b	68
Tabel 4.4.4	Coefficients ^a	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho	69



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Hasil Kuesioner Mengenai Merek Berbahasa Asing
- Lampiran 4. Hasil Kuesioner Mengenai Persepsi Konsumen
- Lampiran 5. Tabel t
- Lampiran 6. Tabel f

