

**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.

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

Dr. Ir. Arisetyanto 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 kehadirat 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

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN SAMBUL..... | 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 H_0 | 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