



**IMPLEMENTASI PENGUATAN *BRAND AWARENESS* SEPEDA MOTOR  
YAMAHA MIO PADA SUB DEALER GAJAH MADA MOTOR JEMBER  
TAHUN 2009-2010**

*(Strengthening Brand Awareness Implementation Yamaha Mio Motorcycle at  
Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember Year 2009-2010)*

**SKRIPSI**

Oleh

**Dhamas Utami Putri**

**NIM 070910202114**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2011**



**IMPLEMENTASI PENGUATAN *BRAND AWARENESS* SEPEDA MOTOR  
YAMAHA MIO PADA SUB DEALER GAJAH MADA MOTOR JEMBER  
Tahun 2009-2010**

*(Strengthening Brand Awareness Implementation Yamaha Mio Motorcycle at  
Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember Year 2009-2010)*

**SKRIPSI**

Oleh  
**DHAMAS UTAMI PUTRI**  
**NIM 070910202114**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**



**IMPLEMENTASI PENGUATAN *BRAND AWARENESS* SEPEDA MOTOR  
YAMAHA MIO PADA SUB DEALER GAJAH MADA MOTOR JEMBER  
Tahun 2009-2010**

*(Strengthening Brand Awareness Implementation Yamaha Mio Motorcycle at  
Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember Year 2009-2010)*

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana  
( S-1 ) pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Oleh

**DHAMAS UTAMI PUTRI**

**NIM 070910202114**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2011**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan penuh kebanggaan dan kebahagiaan kupersembahkan skripsi ini kepada:

- Kedua orang tuaku ayahanda Drs. Dwi Haryono dan ibundaku Manis Sri Indahyati yang tak pernah lelah memberikan curahan kasih sayang dan pengorbanannya serta mengucapkan serangkaian doa terbaik dengan ketulusan hati untuk keberhasilan dan semangat kepadaku.
- Adikku Dhanang R dan Dias Torikul A terima kasih atas segala perhatian, dukungan dan doanya.
- Arif Rahman terima kasih atas kasih sayang, ketulusan, pengorbananmu serta kesabaranmu selama ini
- Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang saya banggakan.

## **MOTTO**

“Lautan yang ganas menciptakan seorang nahkoda yang tangguh”  
(anonim)\*

---

\* Aaker, D. A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dhamas Utami Putri

NIM : 070910202114

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Implementasi penguatan *Brand Awareness* Sepeda Motor Yamaha Mio pada Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember Tahun 2009-2010” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 16 September 2011

Yang menyatakan,

Dhamas Utami Putri

NIM 070910202114

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI PENGUATAN *BRAND AWARENESS* SEPEDA MOTOR  
YAMAHA MIO PADA SUB DEALER GAJAH MADA MOTOR JEMBER  
Tahun 2009-2010**

*(Strengthening Brand Awareness Implementation Yamaha Mio Motorcycle at  
Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember Year 2009-2010)*

Oleh

**Dhamas Utami Putri**

**070910202114**

**Pembimbing :**

**Dosen Pembimbing I : Dr. Edy wahyudi, MM**

**Dosen Pembimbing II : Yuslinda Dwi H, S.Sos,M.AB**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Implementasi Penguatan *Brand Awareness* Sepeda Motor Yamaha Mio pada Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember Tahun 2009-2010” telah diuji dan disahkan pada :

Hari : Selasa,  
tanggal : 27 September 2011  
tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim penguji  
Ketua,

Dr. Sasongko, M. Si  
NIP : 19570407 198609 1 001

Pembimbing I

Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM  
NIP : 19750825 200212 1 002

Anggota I

Anggota II

Drs. Didik Eko Julianto, MAB  
NIP : 19610700 198902 1 001

Drs. Sugeng Iswono, MA  
NIP : 19540202 198403 1 004

Mengesahkan  
Dekan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A  
NIP : 19520727 198103 1 003



## RINGKASAN

**Implementasi Penguatan *Brand Awareness* Sepeda Motor Yamaha Mio pada Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember Tahun 2009-2010;** Dhamas Utami Putri; 070910202114; 2011: 95 halaman; program studi Ilmu Administrasi Niaga jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tujuan penelitian adalah ingin mengetahui implementasi penguatan *brand awareness* sepeda motor Yamaha Mio pada Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember. *Brand awareness* merupakan koneksi utama dari dimensi *brand equity* yang merupakan awal dari proses komunikasi yang mendahului semua langkah lain dalam suatu proses. *Brand awareness* dapat mendiferensiasikan suatu merek dengan merek lainnya melalui karakteristik yang unik, sehingga dapat menimbulkan daya tarik dari masyarakat dan akhirnya diharapkan merek tersebut menjadi *Top of Mind* dalam benak masyarakat serta dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih merek tersebut. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang teknik penentuan informan sebagai sumber data menggunakan pertimbangan dengan teknik *snowball*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan strategi penguatan *brand awareness* perusahaan menggunakan kegiatan promosi. kegiatan perusahaan melalui periklanan dianggap perusahaan memiliki prioritas pertama karena merupakan awal bagi perusahaan untuk menginformasikan produk serta keunggulan dari Yamaha Mio.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi untuk menguatkan *brand awareness* dalam memasarkan produk Yamaha Mio yang dilakukan oleh Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember Tahun 2009-2010 yaitu, dengan melakukan kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan terdiri dari periklanan, promosi penjualan dan *personal selling*.

## PRAKATA

Puji syukur penulis senantiasa panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat hidayah dan inayah-nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Penguatan *Brand Awareness* Sepeda Motor Yamaha Mio pada Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember Tahun 2009-2010”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dari awal penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A, selaku Ketua Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Dr. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi
3. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
4. Dr. Edy wahyudi, MM selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran, serta perhatiannya dengan sabar guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan selama menjadi mahasiswa yang aktif
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
7. Drs. Rofek Baedawi selaku *shop manager* Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember yang telah memberikan izin melaksanakan penelitian dan memberikan data-data untuk kelengkapan skripsi ini.
8. Keluarga besar Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Fisip-Unej dan UKMF LPM PRIMA Fisip-Unej terima kasih telah menjadikan saya bagian dari keluarga kalian.

9. Sahabat-sahabatku yang ada di Halmahera II No. 21 (Mas Paijo, Mas Andika, Mas Bulug, Mas Zeta, Mas Hajar, Mas Darmawan, Mas Cholil, Mas Chalimi, Mas Anggit, Mbak Shinta, Mbak Winda, Hell Dhuta, Joker, Cand Ndut, Nenek, Ari, Feris, Fuad, Kang Tamam, SaFi'I, Dinda, Pak Oke, Nunik, Hari, Iik, Ulung, Desi, Zehn, Sulton, Virgie, Agung, Nisa, Deden, Rivan, Aida dan seluruh sahabat-sahabat lainnya (yang jumlahnya ratusan dan tidak bisa saya sebutkan satu-persatu)), hari-hari kalian penuh kekeluargaan, persahabatan dan keceriaan dalam satu atap kedamaian di “Rumah Biru”. Terima kasih atas canda tawa, doa, motivasi, diskusi dan dukungan selama ini.
10. Kawan-kawan LPM PRIMA Kang Tamam, Mbah Darmo, Nenek, Mbak Windut, Kang Black, Catur, Dc, Hari, Ella, Zehn, Sulton, Meme, Emil, Fajar, Lukman, Sopyan, Frastu. Sebuah kebanggaan bersama kalian.
11. Gank Mesum, Chui, Windi, B'dul, Q'nyonk, Gorila, Moh, dan Lely. Terimakasih atas kebersamaan yang telah ditawarkan hingga sekarang.
12. Keluarga ABC, Meme Dc dan Pepe Ise. Berwal kita bertiga dan mengakhirinya pun juga bertiga. Terimakasih atas motivasi dan kebersamaannya selama ini
13. Sahabat-sahabat TPC Cuz, Bojez, Tamam, Jack, Black, Bejo, Ndut terimakasih atas motivasi, bantuan, dan kebersamaan dalam mengarungi perjalanan malam di kota ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkannya.

Jember, September 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>9</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Konsep Manajemen Pemasaran .....</b>	<b>11</b>
<b>2.3 Pemasaran .....</b>	<b>12</b>
<b>2.4 Bauran Pemasaran .....</b>	<b>15</b>
2.4.1 Produk .....	16
<b>2.5 Merek .....</b>	<b>19</b>
2.5.1 Definisi Merek .....	19
2.5.2 Elemen Merek .....	23
2.5.3 Tujuan Dan Manfaat Merek .....	24

2.5.4 Membangun Merek Yang Kuat .....	27
<b>2.6 Ekuitas Merek .....</b>	<b>29</b>
<b>2.7 Kesadaran Merek .....</b>	<b>32</b>
<b>2.8 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>37</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
<b>3.1 Paradigma Dan Tipe Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>3.2 Tahap Persiapan .....</b>	<b>39</b>
<b>3.3 Tahap Pengumpulan Data .....</b>	<b>42</b>
<b>3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahaan Data .....</b>	<b>42</b>
<b>3.5 Tahap Analisis Data .....</b>	<b>44</b>
<b>3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan .....</b>	<b>46</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....</b>	<b>48</b>
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan .....	48
4.1.2 Wewenang Perusahaan .....	49
4.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan .....	50
4.1.4 Struktur Organisasi .....	51
4.1.5 Personalia .....	55
4.1.6 Aspek Pemasaran .....	57
4.1.7 Kegiatan Usaha .....	57
4.1.8 Rencana Penguatan <i>Brand Awareness</i> .....	58
<b>4.2 Diskripsi Hasil Penelitian .....</b>	<b>60</b>
4.2.1 Kebijakan Perusahaan Tentang Pemasaran .....	60
4.2.2 Kebijakan Perusahaan Tentang Strategi <i>Brand Awareness</i> .....	61
4.2.3 Tujuan Strategi <i>Brand Awareness</i> .....	63
4.2.4 Anggaran Strategi <i>Brand Awareness</i> .....	64
4.2.5 Media Yang Digunakan Dalam Strategi <i>Brand Awareness</i> .....	65
4.2.6 Alasan Penggunaan Media .....	67

<b>4.3 Implementasi Penguatan <i>Brand Awareness</i> Sepeda Motor Yamaha Mio pada Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember</b>	
<b>Tahun 2009-2010 .....</b>	<b>68</b>
4.3.1 Periklanan .....	69
4.3.2 Promosi Penjualan .....	74
4.3.4 Penjualan Perorangan .....	79
<b>4.4 Interpretasi .....</b>	<b>82</b>
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>90</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>91</b>
<b>DAFTAR BACAAN</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

1.1	Penjualan motor berdasarkan jenis motor dan merek tahun 2009 ....	4
1.2	Top brand index sepeda motor tahun 2010 .....	5
1.3	Perkembangan penjualan sepeda motor Yamaha pada dealer-dealer Yamaha di Jember tahun 2007-2009 .....	8
2.1	Penelitian terdahulu .....	37
3.1	Model analisis domain implementasi penguatan <i>brand awarenwess</i> sepeda motor Yamaha Mio pada Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember .....	45
3.2	Model analisis taksonomi implementasi penguatan <i>brand awarenwess</i> sepeda motor Yamaha Mio pada Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember .....	46
4.1	Jumlah karyawan menurut tingkat pendidikan .....	55
4.2	Jam dan hari kerja karyawan Dealer Gajah Mada Motor Jember.....	56
4.3	Rencana penguatan <i>brand awareness</i> sepeda motor Yamaha Mio pada Sub Dealer Gajah Mada Motor Jember tahun 2009-2010 .....	59
4.4	Media yang digunakan dalam aktivitas keasadaran merek Dealer Gajah Mada Motor Jember .....	66
4.5	Prosetase anggaran periklanan Dealer Gajah Mada Motor Jember tahun 2009 – 2010 .....	73
4.6	Event Yamaha Mio yang pernah diikuti dan dilaksanakan oleh Dealer Gajah Mada Motor Jember .....	78
4.7	Data konsumen sepeda motor Yamaha pada Dealer Gajah Mada Motor Jember untuk pembelian Yamaha Mio tahun 2009-2010 .....	88

## DAFTAR GAMBAR

1.1	Komposisi pangsa pasar sepeda motor berdasar jenis motor dan merek tahun 2009 .....	4
2.1	New wave value .....	20
2.3	Bagaimana membangun merek .....	28
2.4	Konsep ekuitas merek .....	30
2.5	Piramida kesadaran merek .....	32
2.6	Nilai-nilai kesadaran merek .....	33
4.1	Struktur organisasi .....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

1	Pedoman wawancara .....	95
2	Kuesioner kepuasan pelanggan .....	97
4	Dokumentasi kegiatan.....	99
5	Surat ijin penelitian dari Lembaga Penelitian	
6	Surat selesai penelitian dari perusahaan	