

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

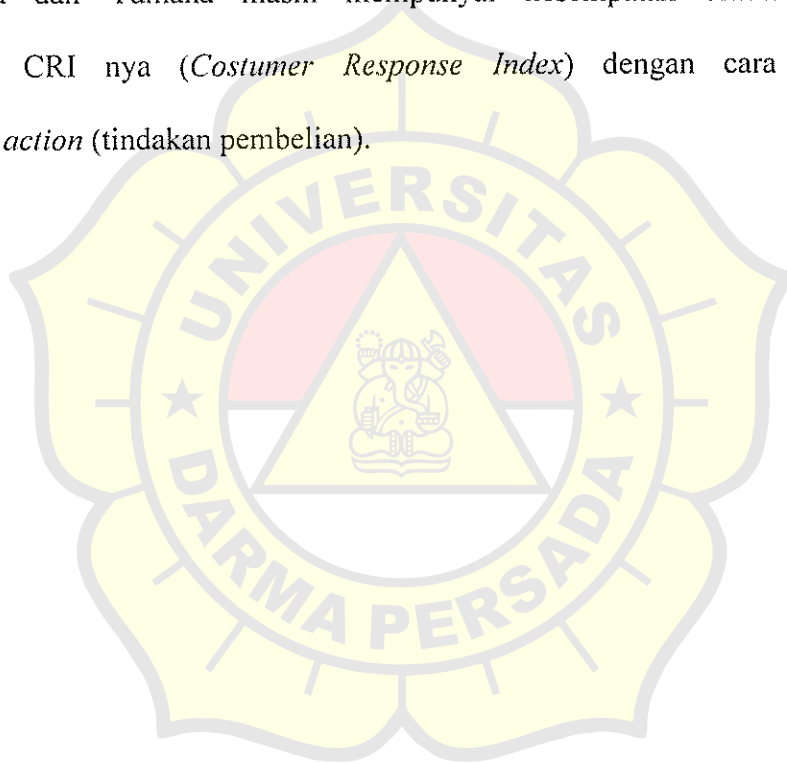
Dalam dunia pemasaran modern, manajemen perusahaan tidak cukup hanya memberi perhatian dari sisi membuat produk dengan *brand platform* yang kokoh, menetapkan suatu harga yang kompetitif untuk suatu merek serta membuatnya terjangkau oleh pasar sasaran. Seorang pemasar harus mampu membuat suatu merek serta membuatnya terjangkau oleh pasar sasaran. Seorang pemasar harus mampu membuat suatu merek dapat berkomunikasi dengan pasar sasarnya.

Honda dan Yamaha telah sukses dalam melakukan komunikasi mereknya. Hal itu terbukti dari hasil penelitian yang dilakukan penulis di Universitas Darma Persada Pondok Kelapa Jakarta Timur, yang melakukan tindak pembelian (*action*) masing – masing sebesar 53 %. Tetapi dari hasil CRI (*Costumer Response Index*), Produk sepeda motor merek Honda lebih besar dibandingkan produk sepeda motor merek Yamaha. CRI (*Costumer Response Index*) produk sepeda motor merek Honda sebesar 19% dan CRI (*Costumer Response Index*) produk sepeda motor merek Yamaha sebesar 16%. Hal ini menandakan bahwa secara keseluruhan responden di Universitas Darma Persada, lebih memilih produk sepeda motor merek Honda dibandingkan produk sepeda motor merek yamaha.

B. Saran

Dari hasil penelitian, analisis dan kesimpulan diatas berikut saran yang dapat disampaikan :

Komunikasi merek sepeda motor merek Honda dan Yamaha telah mengkomunikasikan mereknya dengan baik . Tetapi produk sepeda motor merek Honda dan Yamaha masih mempunyai kesempatan untuk meningkatkan CRI nya (*Costumer Response Index*) dengan cara meningkatkan *action* (tindakan pembelian).



DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta. PT Raja Wali Grafindo Persada. 2005.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2008.
- Chandra, Gregorius. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI. 2002.
- Churchill, Gilbert. A. Jr. and Peter J. Paul. *Marketing Creating Value For Customer*. Boston : Irwin. 1999.
- Durianto. Darmadi, Dkk. *Brand Equity Ten. Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. 2004.
- Effendi, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung. 2007.
- Farrel, *Pride Marketing*. Tenth Edition. New York : Houghton Mifflin. 1999.
- Hakim, Budiman. *Lantaran Tapi Relevan*. Yogyakarta : Galang Press. 2005.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Periklanan. Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti. 1992.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. Eleventh Edition. New Jersey : Prentice Hall. 2003.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong. *Principle Of Marketing Tenth Edition*. New Jersey : Prentice Hall. 2004.

“Pengertian Efektivitas”. “<<http://dspace.widyatama.ac.id/pengertianefektivitas>>

24 Juli 2009”.

“Pengertian Merek”. “<http://dewey.petra.ac.id/pengertian_merek> 11 April

2009”.

”Pengertian Merek”.” <http://www.wikipedia.org/wiki/pengertian_merek> 11

April 2009.

”Pengertian Periklanan”.”< http://dewey.petra.ac.id/pengertian_periklanan >11

April 2009.

”Pengertian Periklanan”.”<<http://www.wikipedia.org/wiki/pengertianperiklanan>>

11 April 2009.

Purnama, Lingga. *Strategic Marketing Plan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka

Utama. 2001.

Rangkuti. Freddy. *The Power Of Brand*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. 2002.

Saladin, H.Djaslim, SE. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Linda Karya. 2006.

Shimp. Terence A. *Advertising Promotion*. Fifth Edition. Orlando : The Dryden

Press. 2003.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung :

Alfabeta.2008.

LAMPIRAN



Kuesioner Penelitian Tentang Efektivitas *Brand Communication* Sepeda Motor
Merek Honda dan Yamaha

No Responden : (diisi oleh peneliti)

Nama :

Assalamualaikum Wr,Wb

Selamat pagi/siang/sore/malam

Nama Saya Randi Ajie Nugraha mahasiswa Universitas Darma Persada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, bersama ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner dan dalam rangka untuk mengadakan penelitian mengenai “ Efektivitas *Brand Communication* Sepeda Motor Merek Honda dan Yamaha”. Tujuan penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan akademik, bukan untuk menguji anda. Saya memohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini secara lengkap. Atas kerjasama dan bantuannya Saya ucapkan terima kasih

Lokasi Penelitian : Universitas Darma Persada Pondok Kelapa Jakarta Timur
Kuesioner Perihal : *Brand Communication* Honda dan Yamaha

A. Pilih salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan memberi tanda (√) pada pilihan jawaban yang telah tersedia.

1. Jenis Kelamin Anda ?

1. Laki – Laki
2. Perempuan

2. Usia Anda saat ini ?

1. < 17 Tahun 3. 26 – 30 Tahun
2. 18 – 25 Tahun 4. > 30 Tahun

3. Apakah pekerjaan Anda saat ini ?

1. Mahasiswa 3. Pegawai Negeri
2. Pegawai Swasta 4. Wiraswasta

4. Tingkat pendidikan terakhir Anda ?

1. SD 3. SMA/SMK
2. SMP/SLTP 4. S1

5. Status Anda saat ini ?

1. Belum menikah 3. Janda
2. menikah 4. Duda

6. Berapa jumlah uang saku Anda per-bulan

1. ≤ Rp 500.000 3. > Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
2. > Rp 500.000 s/d 1.000.000 4. > Rp 3.000.000

7. Di fakultas apa Anda kuliah di Universitas Darma Persada saat ini ?

1. Fakultas Ekonomi 3. Fakultas Teknik
 2. Fakultas Sastra 4. Fakultas Kelautan

8. Berapa jumlah pengeluaran Anda per-bulan ?

1. ≤ Rp 500.000,-
 2. > Rp 500.000,- s/d Rp 1.000.000,-
 3. > Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-
 4. > Rp 3.000.000

B. Pertanyaan ini digunakan untuk mengukur bagaimana efektifitas komunikasi merek produk sepeda motor merek Honda. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada pilihan jawaban yang telah tersedia.

1. Apakah Anda mengetahui produk sepeda motor merek Honda ?

1. Ya 2. Tidak

2. Apakah Anda paham cara pemakaian produk sepeda motor merek Honda ?

1. Ya 2. Tidak

3. Apakah Anda menyukai produk sepeda motor merek Honda ?

1. Ya 2. Tidak

4. Apakah Anda bermaksud untuk membeli produk sepeda motor merek Honda ?

1. Ya 2. Tidak

5. Apakah Anda sudah pernah membeli produk sepeda motor merek Honda ?

1. Ya 2. Tidak

C. Pertanyaan ini digunakan untuk mengukur bagaimana efektifitas komunikasi merek produk sepeda motor merek Yamaha. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada pilihan jawaban yang telah tersedia.

1. Apakah Anda mengetahui produk sepeda motor merek Yamaha?

1. Ya 2. Tidak

2. Apakah Anda paham cara pemakaian produk sepeda motor merek Yamaha ?

1. Ya 2. Tidak

3. Apakah Anda menyukai produk sepeda motor merek Yamaha ?

1. Ya 2. Tidak

4. Apakah Anda bermaksud untuk membeli produk sepeda motor merek Yamaha?

1. Ya 2. Tidak

5. Apakah Anda sudah pernah membeli produk sepeda motor merek Yamaha?

1. Ya 2. Tidak

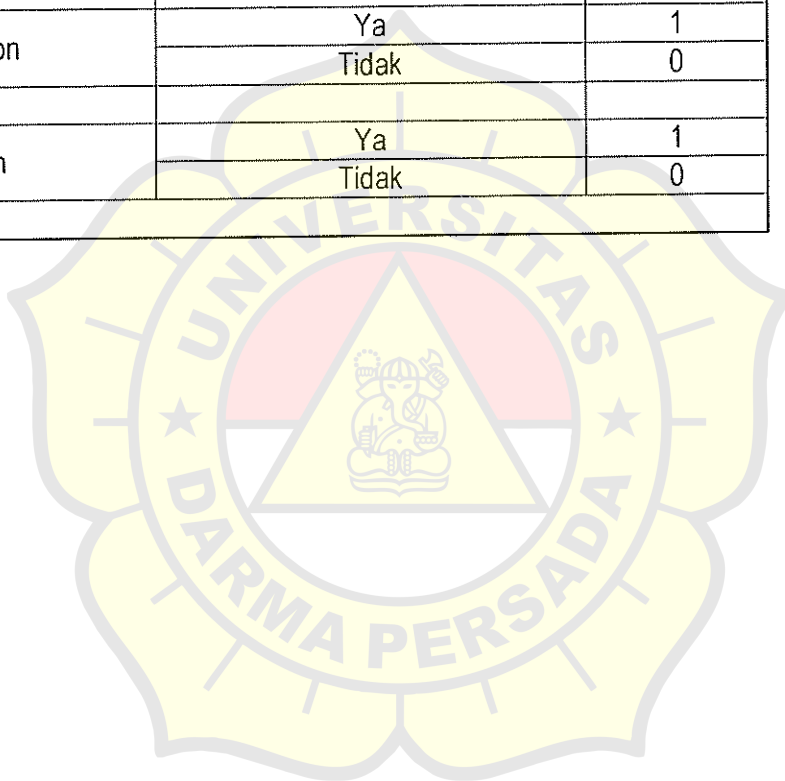
SEMESTER GANJIL TAHUN 2008/2009
(Berdasarkan Pengisian KRS)

No.	PROGRAM STUDI	Angkatan Tahun											Jumlah
		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008			
		1	Sastra Jepang	SI	-	4	3	14	29	117	59	116	
2	Sastra Cina	SI	1	1	3	6	5	13	15	20	32	96	
3	Sastra Inggris	SI	1	-	4	7	20	37	24	44	51	188	
4	Bahasa Jepang	D3	-	-	-	-	2	3	22	21	45	93	
5	Bahasa Cina	D3	-	-	-	-	-	-	3	6	6	15	
6	Bahasa Inggris	D3	-	-	2	-	2	8	7	19	19	57	
7	Teknik Elektro	SI	1	2	9	4	10	9	7	7	18	67	
8	Teknik Industri	SI	-	1	7	2	12	15	12	15	16	81	
9	Teknik Informatika	SI	-	-	13	17	18	19	18	26	68	179	
10	Sistem Informasi	SI	-	-	-	2	1	9	12	16	34	74	
11	Teknik Mesin	SI	-	-	-	3	3	3	6	9	52	76	
12	Teknik Perkapalan	SI	-	-	2	4	-	4	3	3	14	30	
13	Tek.Sistem Perkapalan	SI	-	1	-	3	3	4	4	3	18	36	
14	Manajemen	SI	1	3	8	20	34	37	43	49	59	254	
15	Akuntansi	SI	-	1	3	6	15	29	24	23	40	141	
Jumlah			4	13	54	88	155	307	259	377	639	1896	

BUKU KODE

No	Pertanyaan	Jawaban	Kode Jawaban
1	Jenis kelamin	Pria	1
		Wanita	2
2	Usia	< 17 tahun	1
		18-25 tahun	2
		16-30 tahun	3
		> 30 tahun	4
3	Jenis Pekerjaan	Mahasiswa	1
		Pegawai Swasta	2
		Pegawai Negeri	3
		Wiraswasta	4
4	Pendidikan Terakhir	SD	1
		SMP/SLTP	2
		SMA/SMK	3
		S1	4
5	Status	Belum menikah	1
		menikah	2
		Janda	3
		Duda	4
6	Uang Saku / Pendapatan	≤ Rp 500.000	1
		> Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000	2
		> Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-	3
		> Rp 3.000.000	4
7	Fakultas	Fakultas Ekonomi	1
		Fakultas Sastra	2
		Fakultas Teknik	3
		Fakultas Kelautan	4
8	Pengeluaran	≤ Rp 500.000	1
		> Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000	2
		> Rp 1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-	3
		> Rp 3.000.000	4

9	Awareness	Ya	1
		Tidak	0
10	Comprehend	Ya	1
		Tidak	0
11	Interested	Ya	1
		Tidak	0
12	Intention	Ya	1
		Tidak	0
13	Action	Ya	1
		Tidak	0



TABULASI DATA BRAND COMMUNICATION HONDA dan YAMAHA

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan	Status	Uang Saku	Fakultas	Pengeluaran	Honda			Yamaha		
									Awareness	Comprehend	Intention Action	Awareness	Comprehend	Intention Action
1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
2	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
3	1	2	1	3	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0
4	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	2	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
6	1	2	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
7	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
8	1	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
9	1	2	1	3	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1
10	1	2	1	3	1	2	1	1	1	0	0	1	0	0
11	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0
12	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0
13	1	2	1	3	1	2	1	2	1	1	0	1	1	0
14	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0
15	1	2	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
16	1	2	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
17	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
18	1	2	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
19	2	2	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
20	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
21	1	2	1	3	1	4	1	1	1	0	0	1	0	0
22	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	2	1	3	1	1	1	2	1	0	0	1	0	0
26	1	2	1	3	1	1	3	2	0	0	0	1	1	1
27	1	2	1	3	1	2	3	2	1	1	1	0	0	0
28	1	2	1	3	1	1	3	1	0	0	0	1	0	0
29	1	2	1	3	1	2	3	3	0	0	0	0	0	0
30	1	2	1	3	1	2	3	1	0	0	0	1	1	1
31	1	2	1	3	1	2	3	2	0	0	0	1	1	1
32	1	2	1	3	1	1	3	2	1	1	1	0	0	0
33	1	2	1	3	1	3	3	1	0	0	0	1	1	1
34	1	2	1	3	1	2	3	1	1	1	1	0	0	0
35	1	2	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
36	1	2	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
37	1	2	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
38	2	2	1	4	1	1	3	1	1	1	0	1	1	0

