

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat kasih dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh program Sarjana Universitas Medan Area pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi dengan judul:

**“*BRAND AWARENESS DAN KESETIAAN PRODUK*”**

**( Studi Deskriptif Mengenai Peranan *Brand Awareness* Konsumen Tentang Produk Oriflame dalam Membangkitkan Kesetiaan Produk Pada Pramuniaga Ramayana Plaza Medan Baru) ”.**

Disini penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda dan Ibunda atas doa dan restunya yang telah memberikan dukungan moril dan materil selama di bangku perkuliahan, dan penulis berterimakasih kepada seluruh keluarga atas doanya. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih juga kepada :

1. Bapak Drs. H. M. Husni Thamrin Nasution Msi selaku Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
2. Ibu Dra. Rosmala Dewi MPd selaku wakil Dekan Bidang Akademik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

3. Bapak Drs. Irfan Simatupang Msi selaku wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Ibu Dra. Effiati Juliana Hasibuan Msi selaku Dosen wali Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area dan juga dosen Pembimbing I. .
5. Bapak Drs. Bahrum Jamil selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area dan juga dosen Pembimbing II.
6. Ibu Sumiati selaku Manager SDM di Ramayana Plaza Medan Baru.
7. Seluruh Karyawan Pramuniaga Ramayana Plaza Medan Baru yang memberikan masukan materi kepada penulis.
8. Teman-teman di kantor PT. Triwira Loka jaya, manager dikantor bapak Benny yang sudah baik hati untuk mengizinkan saya permisi untuk keperluan kuliah, kak adek tercinta, bapak naibaho, bapak supirman, dll.
9. Seluruh teman-teman penulis.

Akhir kata kepada Allah SWT penulis berserah diri. Semoga skripsi ini berhasil dan dapat diterima serta bermanfaat bagi para pembaca.

Medan, Februari 2010

Penulis.

**HANIFAH HANDAYANI**  
**NPM: 06.853.0006**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	vi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Pembatasan Masalah .....	2
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
E. Kerangka Pemikiran .....	3
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
A. Komunikasi.....	11
B. Komunikasi Pemasaran .....	13
C. Merek dan <i>Brand Awareness</i> .....	19
D. Kesetiaan .....	27

<b>BAB III: METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Populasi dan Sampel.....	34
B. Metode Pengumpulan Data .....	36
C. Kategori tentang Kesetiaan Produk .....	37
D. Teknik Analisis Data.....	39
<b>BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
A. Sejarah Singkat Berdirinya Ramayana Plaza Medan Baru. ....	40
B. Deskriptif Mengenai Oriflame.....	41
C. Struktur Organisasi .....	43
<b>BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. <i>Brand Awareness</i> dalam Membangkitkan Kesetiaan Produk.....	45
B. <i>Brand Awareness</i> .....	47
C. Kesetiaan.....	53
<b>BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran-saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Uraian	Halaman
Tabel 1	Usia Responden.....	44
Tabel 2	Pengetahuan Merek.....	45
Tabel 3	Sumber Pengetahuan Produk.....	46
Tabel 4	Tanggapan Terhadap Merek.....	46
Tabel 5	Keinginan Untuk Membeli Kosmetik.....	47
Tabel 6	Persepsi Tentang Produk.....	48
Tabel 7	Memilih Oriflame.....	48
Tabel 8	Harga Mempengaruhi Tingkat Pembelian Produk.....	49
Tabel 9	<i>Brand Awareness</i> Responden.....	50
Tabel 10	Pengaruh Harga Terhadap Kesetiaan.....	51
Tabel 11	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kesetiaan.....	51
Tabel 12	Pengaruh Keamanan Bahan Terhadap Kesetiaan.....	52
Tabel 13	Pengaruh Pelayanan Terhadap Kesetiaan.....	53
Tabel 14	Indikator Kesetiaan Terhadap Produk.....	53
Tabel 15	Kualitas Produk Oriflame.....	54
Tabel 16	Merek Terkenal Dapat Membangkitkan Kesetiaan.....	55
Tabel 17	Data Kesetiaan Responden.....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1. Daftar Kuisisioner tentang <i>Brand Awareness</i> dan Kesetiaan.....	61
2. Surat Permohonan Riset.....	65
3. Surat Tanda Bukti Riset.....	66
4. Struktur Organisasi Ramayana Plaza Medan Baru.....	67

