

**PENGARUH DIFERENSIAL PRODUK TERHADAP BRAND  
IMAGE SEPEDA MOTOR MEREK HONDA PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh :**

**ROSA PURADILA  
NIM : 07 832 0083**



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
M E D A N  
2 0 1 1**

**Judul** : **PENGARUH DIFERENSIAL PRODUK TERHADAP BRAND IMAGE SEPEDA MOTOR MEREK PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**Nama Mahasiswa** : **ROSA PURADILA**

**No. Stambuk** : **07 832 0083**

**Jurusan** : **MANAJEMEN**

**Menyetujui :**

**Komisi Pembimbing**

**Pembimbing I**

**(Ihsan Effendi, SE, MSi)**

**Pembimbing II**

**(Hery Syahrial, SE, MSi)**

**Mengetahui :**

**Ketua Jurusan**

**(Ihsan Effendi, SE, MSi)**

**Dekan**

**(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEc)**

**Tanggal Lulus :**

**2011**

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dengan judul : **“Pengaruh Diferensial Produk Terhadap Brand Image Sepeda Motor Merek Honda Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area”** dalam rangka menempuh salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak dan sebagai rasa syukur penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Teristimewa kepada kedua orang tua, Ayahanda dan Ibunda terkasih yang selalu memberi motivasi serta Do'a kepada Ananda dan atas perjuangan serta pengorbanan moril maupun materi demi keberhasilan Ananda. Semoga apa yang Ayahanda dan Ibunda berikan kepada Ananda berguna bagi Keluarga, Agama dan Ananda kelak.
2. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondaog, MA, sebagai Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifiddin, SE, MEd, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan sebagai Ketua Sidang Meja Hijau yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis.
4. Bapak Hery Syahril SE, MSi, sebagai Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area sekaligus sebagai Pembimbing II yang telah

membimbing dan banyak memberikan masukan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini..

5. Bapak Ihsan Effendi. SE. MSi, sebagai Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area sekaligus Pembimbing I yang tiada jenu membimbing dan memberikan masukan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Dhian Rosalina, SE. MM., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan staf pegawai di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah membantu dan membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama di bangku perkuliahan.
8. Buat rekan-rekan seperjuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi khususnya jurusan manajemen stambuk 2007 pagi dan sore serta teman-teman lainnya yang tidak mungkin disebutkan semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun, untuk perbaikan skripsi ini dimasa yang akan datang. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih.

Medan,        Nopember 2011  
Penulis

**ROSA PURADILA**  
**NPM 078320083**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>RINGKASAN</b> .....	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	
<b>DAFTAR ISI</b> .....	
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II : LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Uraian Teoritis .....	7
1. Produk .....	7
a. Pengertian Produk .....	7
b. Tingkatan Produk .....	7
c. Fungsi Produk .....	8
d. Klasifikasi Produk .....	8
2. Diferensial Produk .....	11
a. Pengertian Diferensial Produk .....	11
b. Basis Diferensial Produk .....	12
c. Penerapan Diferensial .....	15
d. Dimensi Diferensial .....	15
3. <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	17
a. Pengertian <i>Brand</i> (Merek) .....	17
b. Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	19
c. Manfaat <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	20
d. <i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek) .....	21
B. Kerangka Konseptual .....	22
C. Hipotesis .....	22

<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel .....	25
C. Definisi Operasional.....	26
D. Jenis dan Sumber Data .....	26
E. Teknik Pengumpulan Data .....	27
F. Validitas dan Realibilitas .....	28
G. Asumsi Klasik .....	28
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	32
B. Pembahasan .....	44
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	54
B. Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

CV. Indako Trading Co. Medan merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan kendaraan bermotor roda dua. Sepeda motor roda dua yang menjadi produk penjualannya adalah sepeda motor merek Honda. CV. Indako Trading Co. memang sudah sejak lama menjadi penyalur (*authorized dealer kendaraan roda dua merek Honda untuk wilayah Sumatera Utara*). Dalam pemasaran sepeda motor Honda, perusahaan menerapkan seluruh strategi pemasaran yang diburuhkan dimana salah satunya adalah dengan differensial produk.

Diferensial produk adalah upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan. Maka dengan adanya strategi pembedaan (*differentiation strategy*) melalui differensial produk yang terdiri dari kepuasan, keadaan, fasilitas dan merek menyediakan produk yang dianggap konsumen sebagai suatu yang unik dan mempunyai nilai lebih, merupakan suatu hal yang penting dilakukan.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh CV. Indako Trading Co. Medan. Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, perusahaan melakukan beberapa hal yaitu layanan pra jual dan layanan purna jual. Layanan pra jual yang diberikan dalam bentuk informasi yang jelas dalam setiap promosi dan selebaran yang diberikan kepada calon konsumen,

marketing yang jumlahnya memadai dan selalu siap untuk datang ke rumah calon konsumen untuk memberikan penjelasan. Sedangkan layanan purna jual yang diberikan adalah perusahaan mempersiapkan mekanik yang berpengalaman untuk menangani service kendaraan sehingga konsumen merasa puas dengan hasil kerja team mekanik CV. Indako Trading Co. Medan.

Terkadang konsumen sangat memperhatikan hal – hal yang detail kondisi produk yang ingin dibelinya. Kondisi atau keadaan yang diinginkan konsumen ini berbeda-beda. Dalam hal ini, CV. Trading Indako menyediakan customer service yang selalu ada di kantor pemasaran (showroom) CV Indako Trading Co. Medan untuk membantu konsumen dalam memilih dan menjelaskan kondisi sepeda motor Honda yang ingin dibelinya. Keadaan yang biasanya ditanyakan adalah ketahanan mesin, pemakaian bensin, produk baru, dan lain-lain menyangkut kelebihan dan kelemahan sepeda motor Honda type tertentu.

Untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dalam tujuan untuk meningkatkan penjualan sepeda motor Honda, CV. Indako Trading Co memberikan berbagai fasilitas kepada konsumen. Fasilitas yang diberikan itu adalah garansi mesin selama 3 tahun, service gratis sebanyak 4 kali dan ganti oli gratis sebanyak 2 kali. Selain itu, untuk membantu konsumen yang mampu membeli secara tunai, perusahaan menyediakan fasilitas kredit dengan membuat kerjasama dengan perusahaan pembiayaan. Adanya pembelian secara kredit ini sangat membantu konsumen sehingga pembayaran dapat dilakukan dengan cara angsuran.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M, Taufiq, 2005, *Dinamika Pemasaran Jelajahi & Rasakan*, PT, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Assauri, Sofyan, 2000, *Manajemen Pemasaran. Dasar Konsep dan Strategi*, Edisi Pertama, Cetakan Keenam, Penerbit PT. Raya Grafinda Persada, Jakarta.
- Dunianto, Darmadi, 2001, *Strategi Menaktukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Prilaku Merek*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Freddy Rangkuti, 2004, *The Power of Brand*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2005, *Brand Management & Strategy*, Andi, Yogyakarta.
- Henry Simamora, 2000, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jilid II, Salemba Empat, Jakarta.
- Imam Ghozali, 2007, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Revisi, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler & Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid I Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- Lamb, et, al, 2001, *Pemasaran Buku 1*, Salemba Empat, Jakarta.
- Lovelock, Christoper dan Lauren Wright, 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT, Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Mowen, C, John dan Michael Minor, 2005, *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi, Erlangga, Jakarta.
- Setiadi, Nugroho, 2003, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Jakarta.
- Sustina & Teddy Pawirta, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Subarsimi Arjanto, 2007, **Manajemen Penelitian**, Edisi Revisi, Rineka Cipta, Jakarta.

Patricia F. Nicalino, MBA, 2001, **The Complete IDEAL'S GUIDES Brand Management**, Prenada Media, Jakarta.

Ir.Arman Hakim Nasution, M.Eng, Drs.Indung Sudarsono, ST.MT.Ir.Lantip Trisunarno, MT, 2006, **Manajemen Pemasaran Untuk Engineering**, Andi, Yogyakarta.

Sugiyono, 2008, **Metode Penelitian Bisnis**, Penerbit CV, Alfabeta, Bandung.

## KUESIONER

Identitas Responden

Nama Responden :

Pekerjaan :

Umur :

A. Pilih salah satu jawaban pertanyaan dibawah ini :

anda merupakan pemilik sepeda motor Honda yang membeli di Astra International Cabang Medan

a. Ya                      b. Tidak

Anda mengenal sepeda motor Honda dari ?

a. Tahu sendiri              b. Dari relasi              c. Dari promosi      d. lain-lain

Tipe motor anda?

a. GL Pro              b. Tiger 2000              c. Supra Fit              d. lain-lain

anda memiliki sepeda motor selain Honda?

a. Ya                      b. Tidak

Lama memakai sepeda motor Honda?

a. <2 thn              b. 2 – 4 thn              c. >4 – 5 thn              d. >5 thn

B. Berikan penilaian anda terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberikan (X) pada masing-masing lingkaran jawaban anda yang anda anggap paling tepat untuk mewakili jawaban anda. serta berikanlah alasan atau tanggapan anda pada jawaban yang diberikan.

### I. PERNYATAAN VARIABEL BEBAS $X_1$ (KEPUASAN)

No	Pernyataan	Jumlah				
		SS	S	R	TS	STS
1	Anda merasa puas dengan kemudahan dalam merawat sepeda motor Honda					
2	Anda merasa puas memakai sepeda motor Honda sebagai alat transportasi anda					
3	Anda merasa puas dengan hematnya pemakaian bensin dengan memakai sepeda motor honda.					

### II. PERNYATAAN VARIABEL BEBAS $X_2$ (KEADAAN SUASANA)

No	Pernyataan	Jumlah				
		SS	S	R	TS	STS
1	Warna sepeda motor Honda menarik perhatian anda					

2	Type SMH yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
3	Sepeda motor Honda dengan model yang beraneka ragam menunjukkan bahwa SMH tersebut inovatif					

### III. PERNYATAAN VARIABEL BEBAS $X_3$ (FASILITAS)

No	Pernyataan	Jumlah				
		SS	S	R	TS	STS
1	Kebutuhan akan produk sepeda motor mendorong anda berniat membeli SMH					
2	Anda berniat membeli SMH karena tertarik akan produk tersebut					
3	Anda berniat membeli SMH karena keinginan anda membeli SMH cukup tinggi					

### IV. PERNYATAAN VARIABEL BEBAS $X_4$ (MEREK)

No	Pernyataan	Jumlah				
		SS	S	R	TS	STS
1	Produk SMH yang diciptakan sangat inovatif					
2	Perusahaan SMH memiliki citra yang baik					
3	Logo SMH cukup menarik bagi customer					

### V. PERTANYAAN VARIABEL TERIKAT Y (CITRA MEREK)

No	Pernyataan	Jumlah				
		SS	S	R	TS	STS
1	Sepeda Motor Honda memiliki keunikan yang sesuai dengan anda					
2	Anda berniat membeli SMH karena tertarik akan produk tersebut					
3	Anda berniat membeli SMH karena keinginan anda membeli SMH cukup tinggi					
4	Sepeda motor Honda merupakan suatu keunggulan produk, dimana produk tersebut unggul dalam persaingan.					
5	Sepeda Motor Honda mempunyai kualitas yang unik.					
6	Anda menyukai sepeda motor honda karena harga jual yang murah					

Terima Kasih atas Kerjasama Anda