

## ABSTRAK

*Sebagai perusahaan yang memiliki global brand, PT General Electric (GE) telah dikenal dengan baik di seluruh dunia, terlebih mengenai kualitas dari produk-produk yang dikeluarkan oleh PT General Electric (GE). Melalui visi menjadi nomor satu atau nomor dua di setiap unit bisnis yang dilakukan, PT General Electric (GE) terus berkembang dan menguasai pasaran dunia melalui produk-produk yang dihasilkan, termasuk salah satunya adalah GE Lighting, yang terfokus dalam pembuatan produk-produk lampu.*

*Tahun 1996, secara resmi GE Lighting beroperasi di Indonesia. GE Lighting Indonesia terus meningkatkan brand awareness untuk dapat memasuki pasaran lampu Indonesia dan bersaing dengan para kompetitor, baik lokal maupun global brand.*

*Untuk dapat bersaing dengan para kompetitor baik di Indonesia maupun global, PT GE Lighting memperkenalkan sebuah produk baru yang disebut dengan GE Edison, yang dikemas dalam jenis lampu Energy Saving dengan berbagai keunggulan.*

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan brand awareness GE Edison di Indonesia sehingga mampu bersaing dengan para kompetitor yang ada dan mendapatkan posisi yang baik di pasaran lampu Indonesia. Untuk mendapatkan hasil yang baik, maka dilakukan beberapa survei untuk mengetahui profil konsumen, pengalaman dan persepsi konsumen mengenai GE dan pengalaman konsumen dengan kompetitor yang lain. Hasil survey akan digabung dengan teori-teori pemasaran yang mendukung seperti marketing mix dan teori STP (Segmentation, Targeting, dan Positioning) sehingga diharapkan PT GE Lighting Indonesia dapat mengetahui sejauh mana brand awareness PT GE Lighting dan faktor-faktor apa saja yang harus dilakukan untuk peningkatan brand awareness.*

*Berdasarkan hasil penelitian yang dihasilkan, kami memberikan beberapa rekomendasi dan strategi yang dapat diterapkan untuk peningkatan brand awareness dari GE Edison.*

**Kata kunci : Brand, Brand Awareness, Marketing Mix, Segmentation, Targeting, Positioning, Lampu.**

# DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pernyataan .....	ii
Persetujuan Pembimbing .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
BAB 2 Landasan Teori .....	5
2.1 Definisi Pemasaran .....	5
2.2 Segmentation, Targeting, Positioning.....	6
2.2.1 Segmentation.....	6
2.2.2 Targeting.....	7
2.2.3 Positioning .....	8
2.3 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	8
2.3.1 Produk ( <i>Product</i> ) .....	9
2.3.2 Harga ( <i>Price</i> ) .....	10
2.3.3 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	10
2.3.4 Distribusi ( <i>Place</i> ).....	10
2.4 Model Perilaku Konsumen .....	11
2.4.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli .....	11
2.4.1.1 Kebudayaan.....	11
2.4.1.2 Kelas Sosial.....	12

2.4.1.3 Kelompok Referensi Kecil.....	12
2.4.1.4 Keluarga.....	12
2.4.1.5 Pengalaman.....	13
2.4.1.6 Kepribadian.....	13
2.4.1.7 Sikap dan Kepercayaan.....	13
2.5 Merek ( <i>Brand</i> ).....	14
<b>BAB 3 METEDOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Waktu dan Lokasi Survei.....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5 Hipotesis.....	30
3.6 Rancangan Kuesioner.....	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Profil Perusahaan.....	35
4.2 Analisa Deskriptif.....	37
4.2.1 Profil Konsumen.....	37
4.2.2 Pengalaman Konsumen Mengenai GE.....	42
4.2.3 Persepsi Konsumen Mengenai GE.....	55
4.2.4 Pengalaman Konsumen dengan Pesaing.....	57
4.3 Analisa SWOT.....	66
4.3.1 Analisa SWOT GE Edison.....	66
4.3.1.1 Analisa Lingkungan Ekstern.....	66
4.3.1.2 Analisa Peluang dan Ancaman.....	67
4.3.1.3 Analisa Lingkungan Intern (Kekuatan dan Kelemahan).....	69
4.3.2 Analisa Kekuatan dan Kelemahan Kompetitor.....	76
4.4 Analisa Analitik.....	80
4.4.1 Hubungan Antara Mengenal GE dengan Mengetahui GE Memproduksi Lampu (GE Lighting).....	82

4.4.2...Hubungan Antara Mengenal GE	dengan Menggunakan Produk GE .....	83
4.4.3 Hubungan Antara Mengetahui GE Lighting dengan Mengetahui GE Edison .....		84
4.4.4 Hubungan Antara Mengetahui GE Lighting dengan Menggunakan Produk Lampu GE .....		86
4.4.5 Hubungan Antara Mengetahui GE Edison dengan Menggunakan GE Edison .....		87
4.4.6 Hubungan Media dengan Produk GE yang Digunakan.....		89
4.4.7 Hubungan Produk Lampu yang digunakan dengan Pertimbangan Menggunakan Produk Tersebut.....		90
4.4.8 Hubungan Produk Lampu yang Digunakan dengan Media.....		92
4.4.9 Hubungan Pilihan Pertama menggunakan Produk Lampu dengan Media .....		93
4.4.10 Hubungan Pilihan Kedua Menggunakan Produk Lampu dengan Media .....		94
4.4.11 Hubungan Pilihan Ketiga Menggunakan Produk Lampu dengan Media .....		96
4.4.12 Hubungan Pilihan Keempat Menggunakan Produk Lampu dengan Media .....		97
4.4.13 Hubungan Pilihan Kelima Menggunakan Produk Lampu dengan Media .....		98
4.4.14 Hubungan Pilihan Keenam Menggunakan Produk Lampu dengan Media .....		100
4.4.15 Hubungan Pilihan Ketujuh Menggunakan Produk Lampu dengan Media .....		101
4.4.16 Hubungan Produk Lampu yang Digunakan dengan Lokasi Penjualan.....		102
4.4.17 Hasil Pengujian dengan Menggunakan Chi-Square .....		104

**BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....**

**5.2 Kesimpulan .....**

5.3 Saran .....  
DAFTAR ACUAN .....  
DAFTAR PUSTAKA .....  
LAMPIRAN..... L-1  
KAWAYAT HIDUP

Label 4.4  
Label 4.5  
Label 4.6  
Label 4.7  
Label 4.8  
Label 4.9  
Label 4.10  
Label 4.11  
Label 4.12  
Label 4.13  
Label 4.14  
Label 4.15  
Label 4.16  
Label 4.17  
Label 4.18  
Label 4.19  
Label 4.20  
Label 4.21  
Label 4.22  
Label 4.23  
Label 4.24  
Label 4.25  
Label 4.26  
Label 4.27  
Label 4.28  
Label 4.29  
Label 4.30  
Label 4.31  
Label 4.32  
Label 4.33  
Label 4.34  
Label 4.35  
Label 4.36  
Label 4.37  
Label 4.38  
Label 4.39  
Label 4.40  
Label 4.41  
Label 4.42  
Label 4.43  
Label 4.44  
Label 4.45  
Label 4.46  
Label 4.47  
Label 4.48  
Label 4.49  
Label 4.50  
Label 4.51  
Label 4.52  
Label 4.53  
Label 4.54  
Label 4.55  
Label 4.56  
Label 4.57  
Label 4.58  
Label 4.59  
Label 4.60  
Label 4.61  
Label 4.62  
Label 4.63  
Label 4.64  
Label 4.65  
Label 4.66  
Label 4.67  
Label 4.68  
Label 4.69  
Label 4.70  
Label 4.71  
Label 4.72  
Label 4.73  
Label 4.74  
Label 4.75  
Label 4.76  
Label 4.77  
Label 4.78  
Label 4.79  
Label 4.80  
Label 4.81  
Label 4.82  
Label 4.83  
Label 4.84  
Label 4.85  
Label 4.86  
Label 4.87  
Label 4.88  
Label 4.89  
Label 4.90  
Label 4.91  
Label 4.92  
Label 4.93  
Label 4.94  
Label 4.95  
Label 4.96  
Label 4.97  
Label 4.98  
Label 4.99  
Label 4.100