

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmaanirrahiim*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah mengaruniakan limpahan nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **PENGARUH *EXPERIENTIAL* MARKETING TERHADAP *BRAND IDENTITY* INDUSTRI SEPEDA MOTOR BEBEK (Survei Terhadap Komunitas Sepeda Motor Bebek Bermerek Honda, Yamaha dan Suzuki di Kota Bandung)**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mengikuti ujian sidang Program Studi Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna dikarenakan keterbatasan penulis baik pengetahuan, pengalaman maupun kemampuan yang penulis miliki. Walaupun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak terlepas dari adanya bantuan dari berbagai pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Prof. Dr. H. Suryana, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak., MBA selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan motivasi dan pengarahan kepada penulis.
5. Ayu Krishna Yuliawati S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing II atas segala kesabaran, dorongan, dan bimbingan kepada penulis.

6. Seluruh Dosen yang telah memberikan pengajaran-pengajaran yang berharga kepada penulis.
7. Seluruh Staf Administrasi di lingkungan Program Studi Manajemen UPI.
8. Seluruh anggota SAB (Smash Association Bandung).
9. Ibu tercinta atas kasih dan doa yang tulus dan tak terhingga bagi penulis, skripsi ini dipersembahkan bagi Ibu.
10. Kelima Kakakku dan Adikku tersayang atas dorongan dan dukungannya
11. Seluruh keluarga besar yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, perhatian, kasih sayang, dan pengorbanan yang tidak ternilai harganya.
12. Semua guru penulis dari mulai SD sampai SMU untuk ilmu dan didikannya yang sangat bermanfaat bagi penulis.
13. Davi, Rofi, Lud, Yoggi, Nazar, Tadi, Zaky, Anggar, Anggi, Sri, Taufan, Niken, Harun, Irwan dan seluruh sahabat tercinta di Manajemen 2004.
14. Teman-teman di Pimpinan Wilayah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Jabar: Qori, falik, Aris, HQ, Fitri, Rahman, Evi dan seluruh anggota atas kebersamaan selama menempuh pendidikan di Bandung.
15. Semua pihak yang turut membantu akan terselesaikannya skripsi ini, terimakasih atas doa dan dukungannya.

Akhir kata, semoga segala kebaikan dan pertolongan yang diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

*Alhamdulillahirabbilalamiin*

Bandung      Februari 2009

Penulis

## DAFTAR ISI

<u>ABSTRAK</u>	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
<u>KATA PENGANTAR</u>	1
<u>DAFTAR ISI</u>	3
<u>DAFTAR TABEL</u>	5
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	7
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
<u>1.1 Latar Belakang Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah</u>	Error! Bookmark not defined.
1.2.1 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2.2 Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
<u>1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
1.3.1 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3.2 Kegunaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN</u> DDDDDDDDD DDD <u>DAN</u>	
<u>HIPOTESIS</u>	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
<u>2.1 Kajian Pustaka</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Perkembangan Konsep Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <i>Experiential Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 <i>Branded Customer Experience</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 <i>Brand Identity</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Brand Identity</i>	Error! Bookmark not defined.
defined.	
<u>2.2 Kerangka Pemikiran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.3 Hipotesis</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</u>	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
<u>3.1 Objek Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.2 Metode dan Desain Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.

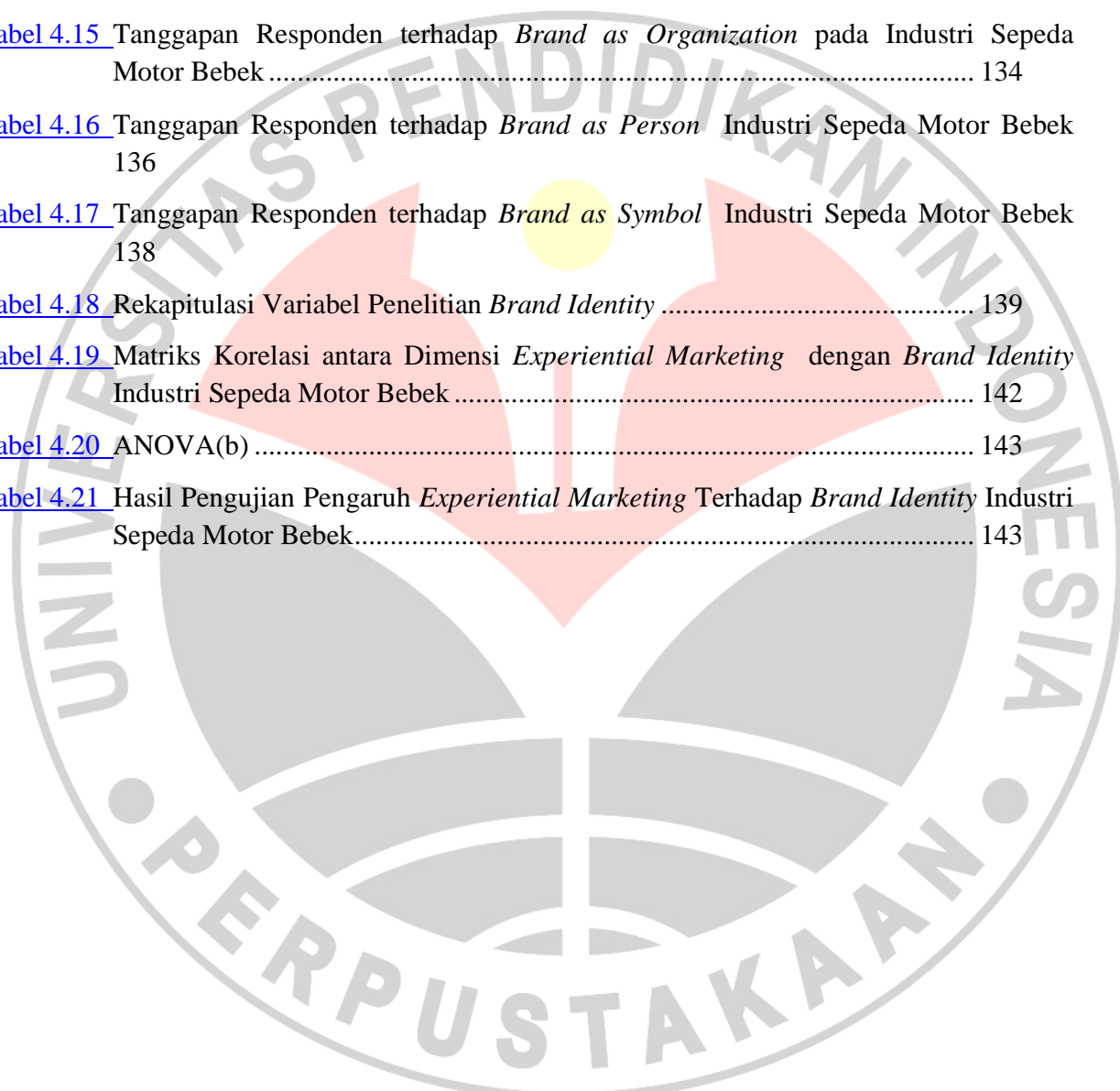
3.2.1.	<a href="#">Metode Penelitian</a>	Error! Bookmark not defined.
3.2.2.	<a href="#">Desain Penelitian</a>	Error! Bookmark not defined.
v		
<b>3.3</b>	<b><a href="#">Oprasionalisasi Variabel</a></b>	Error! Bookmark not defined.
<b>3.4</b>	<b><a href="#">Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data</a></b>	Error! Bookmark not defined.
3.4.1.	<a href="#">Sumber Data</a>	Error! Bookmark not defined.
3.4.2.	<a href="#">Teknik Pengumpulan Data</a>	Error! Bookmark not defined.
<b>3.5</b>	<b><a href="#">Populasi, Sampel dan Teknik Sampling</a></b>	Error! Bookmark not defined.
3.5.1.	<a href="#">Populasi</a>	Error! Bookmark not defined.
3.5.2.	<a href="#">Sampel</a>	Error! Bookmark not defined.
3.5.3.	<a href="#">Teknik Sampling</a>	Error! Bookmark not defined.
<b>3.6</b>	<b><a href="#">Analisis Data dan Uji Hipotesis</a></b>	Error! Bookmark not defined.
3.6.1.	<a href="#">Rancangan Analisis Data</a>	Error! Bookmark not defined.
3.6.2.	<a href="#">Uji Validitas</a>	Error! Bookmark not defined.
3.6.3.	<a href="#">Uji Reliabilitas</a>	Error! Bookmark not defined.
3.6.4.	<a href="#">Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis</a>	Error! Bookmark not defined.
<b><a href="#">BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</a></b> ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.		
<b>4.1</b>	<b><a href="#">Hasil Penelitian</a></b>	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.	<a href="#">Gambaran Umum Industri Sepeda Motor Bebek</a>	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.	<a href="#">Karakteristik dan Pengalaman Responden</a>	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.	<a href="#">Pelaksanaan Strategi <i>Experiential Marketing</i></a>	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.	<a href="#">Gambaran Brand Identity pada Industri Sepeda Motor Bebek</a>	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.	<a href="#">Penguujian Hipotesis</a>	Error! Bookmark not defined.
<b>4.2</b>	<b><a href="#">Pembahasan Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Brand Identity</i> Industri Sepeda Motor Bebek</a></b>	Error! Bookmark not defined.
<b><a href="#">BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</a></b> ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.		
<b>5.1</b>	<b><a href="#">Kesimpulan</a></b>	Error! Bookmark not defined.
<b>5.2</b>	<b><a href="#">Saran</a></b>	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.



## DAFTAR TABEL

<a href="#">Tabel 1.1</a>	Data Pangsa Pasar Penjualan Sepeda Motor Bebek Menurut Merek .....	4
<a href="#">Tabel 1.2</a>	Kinerja Merek Produk Sepeda Motor Bebek.....	5
<a href="#">Tabel 1.3</a>	Indek Kepuasan Pelanggan .....	6
<a href="#">Tabel 2.1</a>	<i>Experiential Hybrid</i> .....	33
<a href="#">Tabel 3.1</a>	<u>Operasionalisasi Variabel</u> .....	68
<a href="#">Tabel 3.2</a>	Jenis Dan <u>Sumber Data</u> .....	72
<a href="#">Tabel 3.3</a>	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden .....	73
<a href="#">Tabel 3.4</a>	Data Anggota Aktif Komunitas Motor Bebek Berdasarkan Merek .....	76
<a href="#">Tabel 3.5</a>	Penyebaran Proporsi Sampel pada Komunitas Motor bebek Honda, Yamaha dan Suzuki di Kota Bandung.....	80
<a href="#">Tabel 3.7</a>	<u>Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian</u> .....	89
<a href="#">Tabel 3.8</a>	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	97
<a href="#">Tabel 4.1</a>	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	103
<a href="#">Tabel 4.2</a>	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	104
<a href="#">Tabel 4.3</a>	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	105
<a href="#">Tabel 4.4</a>	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	106
<a href="#">Tabel 4.5</a>	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/ Uang saku .....	108
<a href="#">Tabel 4.6</a>	Pengalaman Responden Berdasarkan Merek Sepeda Motor bebek yang Dimiliki	109
<a href="#">Tabel 4.7</a>	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Memakai Sepeda Motor Bebek	110
<a href="#">Tabel 4.8</a>	Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan <i>Sense</i> pada Industri Sepeda Motor Bebek .....	112
<a href="#">Tabel 4.9</a>	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Feel</i> Industri Sepeda Motor Bebek	116
<a href="#">Tabel 4.10</a>	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Think</i> Industri Sepeda Motor Bebek	120
<a href="#">Tabel 4.11</a>	Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan <i>Act</i> Industri Sepeda Motor Bebek	123

<a href="#">Tabel 4.12</a>	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Relate</i> Industri Sepeda Motor Bebek	127
<a href="#">Tabel 4.13</a>	Rekapitulasi Variabel Penelitian <i>Experiential Marketing</i> .....	130
<a href="#">Tabel 4.14</a>	Tanggapan Responden terhadap <i>Brand as product</i> Pada Industri Sepeda Motor Bebek_ .....	132
<a href="#">Tabel 4.15</a>	Tanggapan Responden terhadap <i>Brand as Organization</i> pada Industri Sepeda Motor Bebek .....	134
<a href="#">Tabel 4.16</a>	Tanggapan Responden terhadap <i>Brand as Person</i> Industri Sepeda Motor Bebek	136
<a href="#">Tabel 4.17</a>	Tanggapan Responden terhadap <i>Brand as Symbol</i> Industri Sepeda Motor Bebek	138
<a href="#">Tabel 4.18</a>	Rekapitulasi Variabel Penelitian <i>Brand Identity</i> .....	139
<a href="#">Tabel 4.19</a>	Matriks Korelasi antara Dimensi <i>Experiential Marketing</i> dengan <i>Brand Identity</i> Industri Sepeda Motor Bebek .....	142
<a href="#">Tabel 4.20</a>	ANOVA(b) .....	143
<a href="#">Tabel 4.21</a>	Hasil Pengujian Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Brand Identity</i> Industri Sepeda Motor Bebek.....	143



## DAFTAR GAMBAR

<a href="#">Gambar 2.1</a>	Karakteristik Pemasaran Tradisional .....	16
<a href="#">Gambar 2.2</a>	<i>Characterirtics Of Experiential Marketing</i> .....	19
<a href="#">Gambar 2.3</a>	<i>Strategic Experiential Modules (Sems)</i> .....	22
<a href="#">Gambar 2.4</a>	The S-P-C Model Of Sense.....	23
<a href="#">Gambar 2.5</a>	<i>Experience Provider</i> .....	27
<a href="#">Gambar 2.6</a>	Dimensi pembentuk <i>brand identity</i> .....	46
<a href="#">Gambar 2.7</a>	Penciptaan <i>Brand Identity</i> .....	51
<a href="#">Gambar 2.8</a>	Hubungan Sems dan Expros .....	54
<a href="#">Gambar 2.9</a>	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Experiential Marketing Terhadap Brand Identity</i> Industri Sepeda Motor Bebek .....	62
<a href="#">Gambar 2.10</a>	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Experiential Marketing Terhadap Brand Identity</i> Industri Sepeda Motor bebek.....	63
<a href="#">Gambar 3.1</a>	Desain Riset Pemasaran .....	90
<a href="#">Gambar 3.2</a>	Struktur Kausal Antara X dan Y.....	66
<a href="#">Gambar 3.3</a>	Diagram Jalur Substruktur Hipotesis .....	92
<a href="#">Gambar 4.1</a>	Logo Honda .....	99



<a href="#">Gambar 4.2</a> Logo	Yamaha
.....	100
<a href="#">Gambar 4.3</a> Logo Suzuki	101
<a href="#">Gambar 4.4</a> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	104
<a href="#">Gambar 4.5</a> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	105
<a href="#">Gambar 4.6</a> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	106
<a href="#">Gambar 4.7</a> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	107
<a href="#">Gambar 4.8</a> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang saku	108
<a href="#">Gambar 4.9</a> Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Memakai Sepeda Motor Bebek	112
<a href="#">Gambar 4.10</a> Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Memiliki Motor Bebek	111
<a href="#">Gambar 4.11</a> Karakteristik Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Sense</i> Industri Sepeda Motor Bebek	114
<a href="#">Gambar 4.12</a> Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Feel Industri Sepeda Motor Bebek</i>	118
<a href="#">Gambar 4.13</a> Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Think</i> Industri Sepeda Motor Bebek	121
<a href="#">Gambar 4.14</a> Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Act</i> Industri Sepeda Motor bebek	125
<a href="#">Gambar 4.15</a> Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan <i>Relate</i> Industri Sepeda Motor Bebek	128
<a href="#">Gambar 4.16</a> Tanggapan Responden terhadap <i>Brand as product</i> Pada Industri Sepeda Motor Bebek Usia	133

[Gambar 4.17](#) Tanggapan Responden terhadap *Brand as Symbol* Pada Industri Sepeda Motor

Bebek ..... 135

[Gambar 4.18](#) Tanggapan Responden terhadap *Brand as Person* pada Industri Sepeda Motor

Bebek ..... 137

[Gambar 4.19](#) Tanggapan Responden terhadap *Brand as Symbol* Pada Industri Sepeda Motor

Bebek ..... 139

[Gambar 4.20](#) Diagram Jalur Pengujian Hipotesis ..... 141

