

## ABSTRAK

**Melti. 2016. Strategi Merek Mobil Mitsubishi di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor. Program Studi S1 Manajemen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd, M.Si dan Pembimbing II Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Strategi Merek Mobil Mitsubishi di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor. Metode Penelitian ini kualitatif dengan pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi.

Strategi Merek Mobil Mitsubishi di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor Meluangkan waktu untuk lebih mengenalkan produk baru Mitsubishi dengan mengenalkan merek Mobil Mitsubishi serta Menempatkan posisi merek secara spesifik dibenak pelanggan. Produk Tambahan dilakukan oleh perusahaan mobil Mitsubishi dengan mengadakan mobil truk, mobil pribadi dan mobil pickup. Adanya multi merek Colt L300 dan T120SS PU 1.5 FD yang diterapkan. Motif pembeli di Gorontalo umum dipengaruhi oleh pertimbangan keunggulan mobil irit bahan bakar, model mobil dan harga. Perluasan merek perusahaan PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor dengan menggunakan nama atau merek sebelumnya yang berhasil untuk meluncurkan produk baru dilakukan dengan melakukan perubahan warna dengan adanya pilihan warna dan perubahan bentuk pada desain mobil.

Faktor-Faktor apa yang mendukung strategi merek mobil Mitsubishi di PT Sinar Gorontalo Berlian Motor yaitu adanya kredibilitas merek dengan menunjukkan bagaimana produk mobil Mitsubishi mengatasi kebutuhan konsumen. Adanya penayangan produk di dunia online oleh perusahaan pusat di TV Nasional, PT Sinar Gorontalo Berlian Motor juga mempertimbangkan pemberian kebijakan hadiah bagi pembeli mobil Mitsubishi. Terbentuknya brand identity. Adanya dukungan karyawan dengan cara pendekatan yang unik dan interaktif yang meningkatkan keterlibatan konsumen dengan merek. Hasil penelitian lebih dominan dipengaruhi oleh terbentuk aspek-aspek pendukung seperti pelaksanaan event dalam pengenalan produk baru dan merek keunggulan Merek Mobil Mitsubishi

***Kata Kunci : Strategi Merek, Mobil Mitsubishi***

#### ABSTRACT

Melita. 2016. Brand Strategy of Mitsubishi Car at PT Sinar Gorontalo Berlian Motor. Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Principal supervisor is Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd, M.Si and Co-supervisor is Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si.

This research aims at investigating Brand Strategy of Mitsubishi Car at PT Sinar Gorontalo Berlian Motor. This research method is qualitative by having observation, interview and documentation as techniques of data collection.

Brand strategy done by PT Sinar Gorontalo Berlian Motor is in the aspect of making the customer easier to choose the car based on their choice. However, strategic aspect of multi brand is done by PT Sinar Gorontalo Berlian Motor through quality products such as Mitsubishi Pickup ADDB and Mitsubishi Truck ADDM. Brand extension strategy is conducted by expanding by using the brands that successful to produce new product, thus, this strategy is used by the company to introduce several types of products of each Mitsubishi brand to be better known by customers.

Factors supporting the brand strategy of Mitsubishi at PT Sinar Gorontalo Berlian Motor are 1) there is brand credibility by showing how Mitsubishi car product overcome the costumers' need; 2) there is product launching in online media by the center company at National TV; PT Sinar Gorontalo Berlian Mandiri also considers to give doorprize to the consumers of Mitsubishi car; 3) there is brand identity, and 4) there is employee's support with unique and interactive approach that can increase customers' involvement in brand. This research findings is dominantly influenced by the form of supporting aspects such as the implementation of event in new product and quality brand of Mitsubishi car introduction.

**Keywords:** Brand Strategy, Mitsubishi Car



## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menempuh ujian akhir di Universitas Negeri Gorontalo, merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah, etika penulisan ilmiah ini dan buku pedoman penulisan karya ilmiah Universitas Negeri Gorontalo.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau terdapat plagiat dalam bagian-bagian tertentu, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi lainnya sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

Gorontalo, Juli 2016  
Yang bertanda tangan



MELTI  
NIM : 931 412 220

PERSETUJUAN PEMBIMBING


STRATEGI MEREK MOBIL MITSUBISHI DI PT. SINAR  
GORONTALO BERLIAN MOTOR

Oleh

MELTI  
NIM : 931 412 220

Disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd, M.Si  
NIP. 19760504 200312 1 003

Pembimbing II



Zuffia K. Abdussamad, SE, M.Si  
NIP. 19790925 200501 2 001

Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen



Hala Dama, SE., M.Si  
NIP. 19730305 200212 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI MEREK MOBIL MITSUBISHI DI PT. SINAR  
GORONTALO BERLIAN MOTOR

Oleh



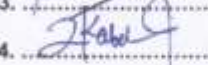

MELTI

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Kamis, 28 Juli 2016

Waktu : 12.00-14.00

Penguji :

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| 1. Dr. Zainal Abidin Umar, M.Si    | 1.    |
| 2. Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si | 2.   |
| 3. Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd, M.Si   | 3.  |
| 4. Zulfia K. Abdussamad, SE., M.Si | 4.  |

Gorontalo, Juli 2016

Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dr. Hamzah Yunus, M.Pd

NIP : 19600223 198603 1 004

