

ABSTRAKSI

Judul : Analisis Kemiripan Produk Rokok Merek Clas Mild dengan A Mild, Star Mild, LA Lights, U Mild, dan X Mild pada Mahasiswa di Semarang
Nama : Galih Saputra
NIM : D2D 003 168
Jurusan : Administrasi Bisnis
Approved : Juni 2009

PT Nojorono Tobacco International merupakan salah satu perusahaan produsen rokok nasional yang menawarkan berbagai merek produk rokok. Salah satu produk yang ditawarkan adalah produk rokok merek Clas Mild. Clas Mild merupakan produk rokok berkategori sigaret kretek mesin *mild* (SKM *mild*), yang berusaha untuk bersaing dengan produk rokok yang berkategori sama dari perusahaan pesaing. Persaingan bisnis produk rokok SKM *mild* semakin ketat, ditandai dengan banyaknya produk rokok SKM *mild* yang beredar di pasaran. Ketatnya persaingan tersebut menyebabkan tidak tercapainya target pangsa pasar nasional produk rokok merek Clas Mild pada tahun 2008.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kemiripan produk rokok merek Clas Mild dengan produk rokok berkategori SKM *mild* lainnya, yaitu A Mild, Star Mild, LA Lights, X Mild, dan U Mild. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Semarang yang mengkonsumsi produk rokok merek Clas Mild, A Mild, Star Mild, LA Lights, X Mild, dan U Mild. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Tipe pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Multi Dimensional Scaling* (MDS). MDS merupakan teknik analisis data yang berhubungan dengan pembuatan grafik pemetaan (*map*) untuk menggambarkan posisi sebuah objek dengan objek yang lain, berdasarkan kemiripan (*similarity*) objek-objek tersebut. Yang dimaksud dengan kemiripan disini adalah perbandingan terhadap keseluruhan atribut secara bersama-sama. Atribut yang diteliti antara lain: atribut rasa (rasa asam, manis, dan pahit), atribut merek (logo merek, warna, tulisan), atribut harga, dan atribut kualitas (kualitas kemasan, kualitas rokok per batang, dan kualitas rajangan tembakau).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kemiripan atribut rasa (rasa asam, manis, dan pahit), atribut merek (logo merek, warna, tulisan), atribut harga, dan atribut kualitas (kualitas kemasan, kualitas rokok per batang, dan kualitas rajangan tembakau) pada produk rokok merek Clas Mild dengan Star Mild

Penulis menyarankan agar PT Nojorono Tobacco International perlu meninjau ulang atribut rasa pada rokok merek Clas Mild agar rasa produk rokok merek Clas Mild lebih “bersahabat” di kalangan mahasiswa. Selain itu, PT NTI juga perlu menerapkan strategi pemasaran yang intensif di kalangan mahasiswa, terutama diferensiasi produk, misalnya perubahan warna kemasan, logo merek, dan tulisan yang ada pada kemasan, agar produk rokok merek Clas Mild dipersepsikan sebagai produk yang beda dengan Star Mild dan memiliki keotentikan sendiri.