

**ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN INDUSTRI TERHADAP CITRA
MEREK PT ELGI EQUIPMENTS INDONESIA
STUDI KUALITATIF PADA PASAR KOMPRESOR INDUSTRI**

TUGAS AKHIR



Mohammad Hilmy Djunaedi

1191001012

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan benar.**

Nama : Mohammad Hilmy Djunaedi

NIM : 1191001012

Tanda Tangan : 

Tanggal : 08 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Mohammad Hilmy Djunaedi
Nim : 1191001012
Program studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul skripsi :

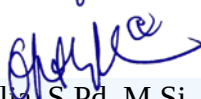
ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN INDUSTRI TERHADAP CITRA MEREK PT ELGI EQUIPMENTS INDONESIA STUDI KUALITATIF PADA PASAR KOMPRESOR INDUSTRI

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Manajemen, Universitas Bakrie.

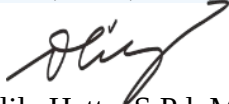
DEWAN PENGUJI



PEMBIMBING : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM.



PENGUJI : Ovalta, S.Pd, M.Si, Ph.D.



PENGUJI : Holila Hatta, S.Pd.,MM

Ditetapkan di : Jakarta, Indonesia.

Tanggal : 08 September 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT Tuhan yang Maha esa. Berkat karunia nikmat dan restu-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN INDUSTRI TERHADAP CITRA MEREK PT ELGI EQUIPMENTS INDONESIA STUDI KUALITATIF PADA PASAR KOMPRESOR INDUSTRI”** ini dengan lancar. Penelitian ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya sebagai penulis menyadari bahwa kemudahan dan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, doa serta bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, baik bersifat moril ataupun materil, oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini izinkan saya sebagai penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih saya kepada seluruh pihak yang telah tulus dan ikhlas memberikan bantuan, doa dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada :

1. Orang Tua
2. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., M.M.
3. Biro Administrasi Akademik (BAA)
4. Mahyudin (Direktur Utama PT.Elgi Equipment Indonesia)
5. Ovalia Rukmana, S.Pd, M.Si, Ph.D
6. Holila Hatta, S.Pd.,MM

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang perbaikan peneliti selanjutnya. Akhir kata penulis memohon maaf atas segala kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga penulisan tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan ilmu bagi rekan-rekan mahasiswa serta seluruh pembaca penulisan ini.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Hilmy Djunaedi
NIM : 1191001012
Program Studi : Manajemenm
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Kualitatif Deskriptif

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN INDUSTRI TERHADAP CITRA MEREK PT ELGI EQUIPMENTS INDONESIA STUDI KUALITATIF PADA PASAR KOMPRESOR INDUSTRI

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 08 September 2026

Yang menyatakan



(Mohammad Hilmy Djunaedi)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pelanggan industri terhadap citra merek PT Elgi Equipments Indonesia pada pasar kompresor industri, dengan fokus pada persepsi konsumen terhadap citra merek, kontribusi kualitas produk dan layanan, serta efektivitas strategi komunikasi dan pemasaran dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan telaah dokumen. Informan penelitian terdiri dari tiga konsumen PT Elgi Equipments Indonesia, satu Sales Executive, dan satu Director of Sales & Operations. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik snowball, sedangkan validitas data dilakukan melalui triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Elgi Equipments Indonesia masih dipersepsikan sebagai merek alternatif atau pembanding harga karena tingkat brand awareness yang belum sekuat merek kompresor industri yang lebih dikenal di Indonesia. Namun, persepsi tersebut mengalami perubahan positif setelah konsumen menggunakan produk Elgi secara langsung. Kualitas produk yang dinilai efisien dan dapat diandalkan, kesesuaian antara spesifikasi dengan performa di lapangan, garansi yang jelas, serta layanan purna jual yang responsif menjadi faktor utama dalam membangun citra positif merek.

Di sisi lain, strategi komunikasi dan promosi perusahaan masih dinilai relatif pasif dan penyebaran informasi banyak bergantung pada word of mouth. Program pemasaran edukatif, seperti audit energi gratis dan seminar efisiensi energi, dinilai menjadi pendekatan yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Konsumen yang telah merasakan keandalan produk menunjukkan kepuasan dan kecenderungan melakukan pembelian ulang. Dengan demikian, penguatan brand awareness melalui komunikasi pemasaran yang lebih aktif, didukung konsistensi kualitas produk dan layanan purna jual, menjadi aspek penting bagi PT Elgi Equipments Indonesia dalam meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Persepsi Konsumen, Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Loyalitas Konsumen, Kompresor Industri.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang	1
2. Perumusan Masalah	3
3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
1. Landasan Teori.....	5
2. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	5
3. Persepsi Konsumen	6
4. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>).....	8
5. Loyalitas Konsumen.....	10
6. Kualitas Layanan (<i>service quality</i>).....	12
7. Penelitian Terdahulu (Studi Literatur)	15
8. Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
1. Sumber data dan Jenis Data	19
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3. Subjek dan Informan Penelitian	20
4. Teknik Pengumpulan Data.....	21
5. Teknik Analisis Data.....	23
6. Validitas Data.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	26
2. Visi, Misi dan Motto Kerja Perusahaan	26
3. Logo PT.Elgi Equipments Indonesia	27

4. Struktur Organisasi PT.Elgi Equipments Indonesia.....	27
5. Hasil Wawamcara Penelitian	27
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	37
1. Kesimpulan	37
2. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Penjualan Kompresi Industri.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 4.1 Logo PT. Elgi Euipment Indonesia	27
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT.Elgi Equipments Indonesia.....	27