

Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Hand Phone Blackberry di Kota Semarang

ARDHI YUDHA MARDIANTO

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : joeyalone177@gmail.com

ABSTRAK

Memasuki milenium baru di era globalisasi ini, produsen dihadapkan pada persaingan untuk meraih dominasi merek. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat diantara produk-â€œproduk yang ada dipasar, merek menjadi komponen yang sangat penting, sebab konsumen dalam mengidentifikasi suatu produk dan membedakan produk tersebut dengan produk kompetitor.

Hadirnya merek-merek handphone baru dewasa ini karena banyak perusahaan menangkap adanya peluang. Kehadiran merek-merek baru ini tentunya meramaikan produk yang sudah ada, akan tetapi kehadiran para kompetitor jelas memperketat persaingan yang sudah hadir sebelumnya. Perusahaan dihadapkan pada permasalahan jumlah penjualan yang diakibatkan berpindahannya konsumen mereka ke merek handphone yang lain. Salah satu merek produk handphone yang sedang berkembang saat ini adalah handphone BlackBerry. Keberadaan handphone BlackBerry pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 oleh operator Indosat dan perusahaan Starhub. Perusahaan Starhub merupakan pengejawantahan dari Research In Motion (RIM) yang merupakan rekan utama BlackBerry.

Persamaan regresi linier berganda antara pengaruh variabel bebas dan terikat ditunjukkan pada $Y = 0,325 + 0,048 (X1) + 0,295 (X2) + 0,179 (X3) + 0,383 (X4) + e$

Keterangan

- a : konstanta
- X1 : kesadaran merek
- X2 : Persepsi merek
- X3 : Asosiasi Merek
- X4 : Loyalitas merek

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Persepsi merek, asosiasi merek, Loyalitas merek

Kata Kunci :

The Influence of Brand Equity Element on Purchasing Decision of BlackBerry Cellphone in Semarang

ARDHI YUDHA MARDIANTO

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : joeyalone177@gmail.com

ABSTRACT

Entering the new millennium in the era of globalization, manufacturers are faced with competition for brand domination. Given the increasing competition among the existing products on the market, the brand became a very important component, because consumers in identifying a product and differentiate the product with competitors' products.

The presence of a new mobile phone brands today because many companies capture the opportunities. The presence of new brands is certainly enliven the existing products, but the presence of the competitors clearly tightened the competition that has been present before. Companies are faced with problems resulting from the sale of their consumer migration to other brands of mobile phones. One brand of mobile products that are being developed now is a BlackBerry mobile phone. Their phones in the BlackBerry was first introduced in Indonesia in mid-December 2004 by the operator Indosat and Starhub company. StarHub is a manifestation of the company Research In Motion (RIM) BlackBerry which is a major partner.

Multiple linear regression equation between the effect of free and bound variables are shown on the $Y = 0.325 + 0.048 (X1) + 0.295 (X2) + 0.179 (X3) + 0.383 (X4) + e$
information

a: constant

X1: brand awareness

X2: The perception of the brand

X3: Brand Association

X4: Brand loyalty

Keywords: Brand awareness, brand perception, brand associations, brand loyalty

Keyword :