

PENGARUH CITRA DAN SIKAP MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK SUSU DANCOW

DEWI MURBAWATI

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

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

Email : 211200901772@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Memasuki era perdagangan bebas seperti pada saat ini, produsen dihadapkan pada persaingan untuk meraih dominasi merek. Merek menjadi faktor penting dalam persaingan dan menjadi asset perusahaan yang bernilai. Produk menjelaskan atribut inti sebagai suatu komoditi yang dipertukarkan, sedangkan merek menjelaskan spesifikasi pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan sikap merek terhadap ekuitas merek susu Dancow di swalayan Sentral Kendal. Populasi dalam penelitian ini adalah orang tua yang membelikan susu Dancow di swalayan Sentral Kendal yang jumlahnya tidak diketahui, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik purposive sampling. Jenis data yang dipergunakan adalah data primer, dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner.

Hasil analisis data dengan menggunakan regresi berganda adalah citra merek berpengaruh positif terhadap ekuitas merek, apabila citra merek yang diukur dengan merek Susu Dancow sudah lama dikenal oleh masyarakat, susu Dancow merupakan susu yang handal yang memiliki kandungan gizi dan anti bakteri bagi anak-anak, manfaat ganda selain sebagai pengganti ASI juga menyehatkan, dan tertarik dengan susu Dancow yang bisa membantu memenuhi gizi anak semakin meningkat, maka ekuitas merek akan meningkat. Sikap merek berpengaruh positif terhadap ekuitas merek, apabila sikap merek yang diukur dengan kesukaan anak terhadap susu Dancow yang dibeli, kepuasan atas pelayanan yang diebrikan oleh counter pembelian ataupun layanan konsumen bebas pulsa yang diberikan produsen produk susu Dancow, Dancow adalah susu yang berkualitas, dan keinginan untuk terus menggunakan produk susu Dancow semakin meningkat, maka ekuitas merek akan meningkat.

Kata Kunci : Kata Kunci : Ekuitas Merek, Citra dan Sikap Merek

THE EFFECT OF IMAGE AND ATTITUDE ON BRAND EQUITY OF DANCOW

DEWI MURBAWATI

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

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

Email : 211200901772@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Entering the era of free trade as at present , manufacturers are faced with competition to gain brand dominance . Brand is an important factor in the competition and become a valuable corporate asset . describes the product `s core attributes as an interchangeable commodity , while the brand describes its customers specifications . This study aims to analyze the influence of brand image and brand attitude toward brand equity Dancow milk in supermarkets Kendal Central . The population in this study were parents who buy milk at the supermarket Dancow Kendal Central unknown number , with a total sample of 96 respondents were obtained using purposive sampling technique . The type of data used is primary data , by using the method of data collection questionnaire .

The results of data analysis using multiple regression is a positive influence on brand image , brand equity , brand image when measured with Dancow Sudha Dairy brand long known by the public , Dancow milk is milk that has powerful anti- bacterial and nutrient content for children , benefits double than as a substitute for breast milk are healthy , and are interested in Dancow milk that can help meet the growing child nutrition , it will increase brand equity . Positive effect on brand attitude , brand equity , brand attitudes when measured with the child`s favorite milk purchased Dancow , satisfaction with the services diebrikan by counter purchases or toll-free customer service given Dancow dairy producers , milk quality is Dancow , and desire to continue using Dancow dairy products increases, the brand equity will increase .

Keyword : Keywords: Brand Equity, Image and Brand Attitude