

## ABSTRAK

SMP BPK PENABUR HOLIS terletak di Taman Holis Indah Blok A, Bandung. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa jumlah murid yang mendaftar masuk ke SMP mengalami penurunan dan tidak mencapai target yang ditetapkan oleh yayasan, yaitu 160 murid per tahun ajaran baru. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui ekuitas merek yang meliputi *brand awareness*, *perceived quality*, *brand association*, dan *brand loyalty* serta untuk mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan ekuitas merek pada SMP BPK PENABUR HOLIS.

Pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara kepada pihak sekolah, observasi ke SMP BPK PENABUR HOLIS, dan penyebaran kuesioner melalui *google form*. Kuesioner penelitian terdiri dari 3 jenis kuesioner yang disusun berdasarkan konsep *brand equity* dan disebarikan pada responden yang berbeda. Variabel pada kuesioner *brand awareness* dan *brand association* menggunakan teori *brand awareness* dan *service quality*. Variabel pada kuesioner *perceived quality* menggunakan teori *service quality*. Variabel pada kuesioner *brand loyalty* menggunakan teori loyalitas konsumen menurut Griffin.

Kuesioner *brand awareness* dan *brand association* menggunakan teknik *purposive sampling* yang disebarikan kepada 102 responden untuk bagian *brand awareness* dan 101 responden untuk bagian *brand association* yang merupakan orang tua secara umum. Kuesioner *perceived quality* menggunakan teknik sampling jenuh dengan responden murid kelas 8 berjumlah 97 orang. Kuesioner *brand loyalty* menggunakan teknik sampling jenuh dengan responden orang tua murid kelas 7 berjumlah 106 orang.

Kuesioner *brand awareness* dan *brand association* berisi pertanyaan untuk mengetahui profil responden, *brand awareness* akan SMP di Kota Bandung yang diolah dengan menggunakan perhitungan persentase, serta kesan SMP BPK PENABUR HOLIS yang diolah menggunakan Uji *Cochran Q Test*. Pada kuesioner *perceived quality*, data diolah menggunakan *Importance Performance Analysis* serta Uji Hipotesis Rata-rata. Pada kuesioner *brand loyalty*, data diolah menggunakan persentase.

Berdasarkan hasil *brand awareness* akan SMP BPK PENABUR HOLIS didapatkan hasil persentase *top of mind* sebesar 20%, *brand recall* sebesar 11%, dan *brand recognition* sebesar 99%. SMP ini diasosiasikan memiliki bangunan yang kuat dan kokoh, memberikan pembinaan karakter kristiani yang baik, dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil *perceived quality*, didapatkan prioritas perbaikan untuk 43 variabel. Hasil *brand loyalty* menunjukkan loyalitas orang tua melanjutkan anaknya bersekolah 98%, menyekolahkan anaknya yang akan masuk SMP di SMP BPK PENABUR HOLIS 90%, merekomendasikan SMP BPK PENABUR HOLIS kepada orang lain 82%.

Usulan yang diberikan untuk SMP BPK PENABUR HOLIS pada *brand awareness* yaitu promosi melalui media sosial dengan diberi *tagline*. Pada *brand association* dapat menggunakan jasa fotografer yang ahli dibidangnya untuk ditampilkan di sosial media. Untuk *perceived quality* usulan diberikan pada setiap variabel berdasarkan hasil dari tingkatan prioritas perbaikan.

# DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1-1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1-1
1.2. Identifikasi Masalah .....	1-3
1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	1-3
1.4. Perumusan Masalah.....	1-4
1.5. Tujuan Penelitian.....	1-5
1.6. Sistematika Penulisan.....	1-5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>2-1</b>
2.1. Ekuitas Merek.....	2-1
2.1.1 Peran Ekuitas Merek .....	2-2
2.1.2 <i>Brand Awareness</i> .....	2-3
2.1.3 <i>Brand Association</i> .....	2-3
2.1.4 <i>Perceived Quality</i> .....	2-3
2.1.5 <i>Brand Loyalty</i> .....	2-3
2.2. <i>Service Quality</i> .....	2-3
2.3. Loyalitas Konsumen.....	2-4
2.4. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> .....	2-5
2.5. Teknik Pengumpulan Data .....	2-7
2.6. Populasi dan Sampel .....	2-9

2.7. Penentuan Jumlah Sampel.....	2-10
2.8 Teknik Sampling .....	2-10
2.9. Skala Pengukuran .....	2-12
2.10. Validitas Instrumen .....	2-14
2.11. Reliabilitas Instrumen.....	2-16
2.12. Uji <i>Cochran Q Test</i> .....	2-17
2.13. <i>Importance Performance Analysis</i> .....	2-18
2.14. Uji Hipotesis.....	2-20
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>3-1</b>
3.1. <i>Flowchart</i> .....	3-1
3.2. Keterangan <i>Flowchart</i> .....	3-4
3.2.1 Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.2.2 Latar Belakang Masalah .....	3-4
3.2.3 Identifikasi Masalah.....	3-5
3.2.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-5
3.2.5 Perumusan Masalah .....	3-6
3.2.6 Tujuan Penelitian .....	3-6
3.2.7 Studi Pustaka.....	3-6
3.2.8 Variabel Penelitian.....	3-7
3.2.9 Penyusunan Kuesioner Penelitian dan Teknik Sampling ..	3-14
3.2.10 Pengujian Validitas Konstruk .....	3-16
3.2.11 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Brand Awareness dan Brand Association .....	3-16
3.2.12 Penyebaran Kuesioner Penelitian .....	3-17
3.2.13 Pengujian Validitas .....	3-18
3.2.14 Pengujian Reliabilitas .....	3-18
3.2.15 Pengolahan Data .....	3-19
3.2.16 Analisis dan Usulan .....	3-24
3.2.17 Kesimpulan dan Saran .....	3-25
<b>BAB 4 PENGUMPULAN DATA.....</b>	<b>4-1</b>
4.1. Data Umum Perusahaan .....	4-1

4.2. Kuesioner Penelitian.....	4-3
4.2.1 Hasil Uji Validitas Konstruk.....	4-3
4.2.2 Hasil Kuesioner <i>Brand Awareness</i> Dan <i>Brand Association</i> ...	4-4
4.2.3 Hasil Kuesioner <i>Perceived Quality</i> .....	4-10
4.2.4 Hasil Kuesioner <i>Brand Loyalty</i> .....	4-14
<b>BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>5-1</b>
5.1. Pengolahan Data Kuesioner <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Association</i> .....	5-1
5.1.1 <i>Brand Awareness</i> .....	5-1
5.1.2 <i>Brand Association</i> .....	5-5
5.1.3 Profil Responden .....	5-9
5.2. Pengolahan Data Kuesioner <i>Perceived Quality</i> .....	5-13
5.2.1 Pengujian Validitas.....	5-13
5.2.2 Pengujian Reliabilitas .....	5-21
5.2.3 Pengolahan Data Dengan Metode IPA.....	5-25
5.2.4 Pengolahan Data Dengan Metode Uji Hipotesis rata-rata.....	5-30
5.3. Pengolahan Data Kuesioner <i>Brand Loyalty</i> .....	5-39
5.4. Keterkaitan Antara Variabel <i>Brand Equity</i> .....	5-43
5.5. Analisis Keterkaitan Seluruh Komponen <i>Brand Equity</i> .....	5-44
5.6. Usulan.....	5-45
5.6.1 Usulan <i>Brand Awareness</i> .....	5-45
5.6.2 Usulan <i>Brand Association</i> .....	5-46
5.6.3 Usulan <i>Perceived Quality</i> .....	5-47
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>6-1</b>
6.1. Kesimpulan.....	6-1
6.2. Saran .....	6-8
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DATA PENULIS</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Murid yang Mendaftar	1-2
3.1	<i>Brand Awareness</i>	3-7
3.2	<i>Brand Association</i>	3-8
3.3	<i>Perceived Quality</i>	3-10
3.4	<i>Brand Loyalty</i>	3-13
3.5	Segmentasi	3-14
3.6	Penentuan Prioritas Perbaikan	3-25
4.1	Hasil Kuesioner <i>Brand Awareness (Top of mind)</i>	4-4
4.2	Hasil Kuesioner <i>Brand Awareness (Brand Recall)</i>	4-5
4.3	Hasil Kuesioner <i>Brand Awareness (Brand Recognition)</i>	4-6
4.4	Hasil Kuesioner <i>Brand Association</i>	4-6
4.5	Hasil Kuesioner Berdasarkan Domisili	4-7
4.6	Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia	4-7
4.7	Hasil Kuesioner Berdasarkan Pekerjaan	4-7
4.8	Hasil Kuesioner Berdasarkan SMP Di Kota Bandung yang Paling Diminati	4-8
4.9	Hasil Kuesioner Berdasarkan Media Cetak yang Sering Digunakan	4-8
4.10	Hasil Kuesioner Berdasarkan Media Elektronik yang Sering Digunakan	4-9
4.11	Hasil Kuesioner Berdasarkan Media Sosial yang Sering Digunakan	4-9
4.12	Hasil Kuesioner <i>Perceived Quality</i>	4-10
4.13	Hasil Kuesioner <i>Brand Loyalty</i>	4-14
5.1	Persentase <i>Top of Mind</i> dan <i>Brand Recall</i>	5-3
5.2	<i>Brand Association</i>	5-5
5.3	Pengujian <i>Cochran Q Test</i>	5-7

5.4	Rangkuman Asosiasi yang Dibuang dan Dipertahankan	5-8
5.5	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan	5-14
5.6	Perbandingan $r_{hitung}$ dengan $r_{tabel}$ Tingkat Kepentingan	5-17
5.7	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kinerja	5-18
5.8	Perbandingan $r_{hitung}$ dengan $r_{tabel}$ Tingkat Kinerja	5-20
5.9	Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-21
5.10	Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-21
5.11	Tabel Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Kinerja	5-22
5.12	Kuadran I	5-26
5.13	Kuadran II	5-27
5.14	Kuadran III	5-28
5.15	Kuadran IV	5-29
5.16	Uji Hipotesis Rata-rata	5-31
5.17	Variabel-variabel Memuaskan	5-34
5.18	Variabel-variabel Tidak Memuaskan	5-34
5.19	Prioritas Perbaikan	5-37
5.20	Hasil Kuesioner <i>Brand Loyalty</i>	5-39
5.21	Persentase Hasil Kuesioner <i>Brand Loyalty</i>	5-41
5.22	Usulan Penjadwalan SOP Toilet	5-48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Pendaftar	1-2
2.1	Konsep Ekuitas Merek	2-2
2.2	Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i>	2-18
2.3	Grafik Uji Z $\mu_1 < \mu_2$	2-21
2.4	Grafik Uji Z $\mu_1 > \mu_2$	2-21
2.5	Grafik Uji Z $\mu_1 \neq \mu_2$	2-22
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Diagram Kartesius	3-21
3.3	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	3-23
3.4	Keterkaitan Variabel Ekuitas Merek	3-24
4.1	Sekolah BPK PENABUR HOLIS	4-1
5.1	<i>Top of Mind</i>	5-1
5.2	<i>Brand Recall</i>	5-2
5.3	<i>Brand Recognition</i>	5-3
5.4	SPSS Uji <i>Cochran</i> ke-1	5-6
5.5	Grafik Uji <i>Cochran</i> ke-1	5-6
5.6	Domisili	5-9
5.7	Usia	5-9
5.8	Pekerjaan	5-10
5.9	SMP di Kota Bandung yang Paling Diminati	5-11
5.10	Media Cetak	5-11
5.11	Media Elektronik	5-12
5.12	Media Sosial	5-13
5.13	Grafik Kuadran Metode IPA	5-25
5.14	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	5-33
5.15	Persentase Pernyataan 1 ( <i>Brand Loyalty</i> )	5-39
5.16	Persentase Pernyataan 2 ( <i>Brand Loyalty</i> )	5-40

5.17	Persentase Pernyataan 3 ( <i>Brand Loyalty</i> )	5-40
5.18	Keterkaitan Variabel <i>Brand Equity</i>	5-43
5.19	Toilet	5-47
5.20	Toilet	5-49
5.21	Tempat Sampah	5-50
5.22	Kantin	5-51
5.23	Meja dan Kursi Kantin Saat Ini	5-52
5.24	Usulan Meja dan Kursi Kantin	5-52
5.25	Spanduk	5-58
5.26	Tanda Peringatan	5-59
5.27	<i>Exhaust Fan</i>	5-61
5.28	Bangunan Rusak	5-63
5.29	Lapangan <i>Indoor</i>	5-66
5.30	Fasilitas Olahraga Basket <i>Indoor</i> dan <i>Outdoor</i>	5-66





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Association</i>	L-1
2	Kuesioner <i>Perceived Quality</i>	L-5
3	Kuesioner <i>Brand Loyalty</i>	L-12
4	Tabel Distribusi Normal Kumulatif Z	L-13
5	Uji <i>Cochran Q Test (Brand Association)</i>	L-14
6	Catatan Bimbingan Tugas Akhir	L-24

