

## ABSTRAK

Penulisan tugas akhir ini mengambil topik mengenai analisis ekuitas merek yang dilakukan di Perusahaan CticoGamachem. Hal ini dilakukan karena penulis ingin mengetahui sejauh mana ekuitas bahan kimia *uv varnish* merek AGI di benak para konsumen. Sehingga merek AGI ini dapat menjadi *market leader* di dalam produk bahan kimia *uv varnish*. Dimana merek AGI saat ini belum menjadi *market leader*.

Untuk itu penelitian ini akan menggunakan model penelitian mengenai *brand equity*. Dimana pengukuran pada *brand equity* ini meliputi *awareness measures*, *association measures*, *perceived quality*, *loyalty measures*, dan *other proprietary*.

Penyebaran kuisisioner dilakukan di Jakarta, Bandung dan Surabaya. Kuisisioner tersebut dilakukan penyebaran secara *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling purposive* dimana teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah data yang diambil adalah sebanyak 80 data, dimana 80 responden tersebut adalah pengguna langsung dan 30 data adalah bukan pengguna langsung. Jumlah semua data yang diambil adalah 110. Data yang dianalisis adalah data hasil kuisisioner yang diambil dari konsumen merek AGI tersebut, dimana kuisisioner tersebut dibagi menjadi 5 bagian yaitu : *awereness measures*, *association measures*, *perceived quality*, *loyalty measures* dan *other proprietary asset*.

Untuk proses pengolahan data pertama-tama dilakukan dengan rekap data yang diperoleh dari hasil kuisisioner. Pada hasil kuisisioner dimensi *perceived quality* kemudian dilanjutkan dengan perhitungan rata-rata dari hasil kuisisioner. Kemudian setelah dilakukan perhitungan rata-rata terhadap setiap variabel lalu dilakukan uji hipotesis, dimana uji hipotesis yang digunakan adalah uji T berpasangan yang berguna untuk menguji kebenaran data tersebut. Sedangkan untuk pengukuran *awereness measures*, *awareness measures*, *loyalty measures* dan *other proprietary asset* dilakukan dengan cara menghitung jumlah persentase hasil kuisisioner. Setelah data tersebut diolah lalu dilakukan analisis, dimana hasil analisis tersebut didapat bahwa pada dasarnya jika dilihat dari segi kualitas, merek AGI tidak kalah bersaing dibanding dengan merek DIC. Hanya saja merek DIC memiliki keunggulan lain seperti tersedianya *training* mengenai cara penggunaan bahan kimia *uv varnish*. Setelah mengetahui kekurangan-kekurangan tersebut kemudian diberikan usulan kepada perusahaan CticoGamachem.

Usulan tersebut untuk konsumen *habitual buyer* agar dapat berpindah ke *switcher* perusahaan dapat melakukan upaya seperti memberikan potongan harga apabila pembelian yang dilakukan melampaui batas minimal untuk mendapatkan potongan harga. Yang berada pada *switcher* agar berpindah ke *satisfied buyer* perusahaan dapat melakukan peningkatan baik dari segi kualitas produk maupun dari segi pelayanan, dan ketersediaan *training* bagi semua konsumen serta sering melakukan promosi.

# DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1 – 1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1 – 2
1.3 Pembatasan Masalah.....	1 – 2
1.4 Perumusan Masalah .....	1 – 3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1 – 3
1.6 Sistematika Penulisan .....	1 – 4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Merek.....	2 – 1
2.1.1 Kesadaran merek ( <i>Brand Awereness</i> ).....	2 – 3
2.1.2 <i>Loyalitas Measures</i> .....	2 – 4
2.1.3 <i>Assosiation Measures</i> .....	2 – 5
2.1.4 <i>Perceived Quality</i> .....	2 – 6
2.2 Populasi dan Sampel.....	2 – 6
2.2.1 Populasi .....	2 – 6
2.2.2 Sampel.....	2 – 6
2.2.3 Teknik Sampling.....	2 – 7
2.3 Skala Pengukuran .....	2 – 8
2.3.1 Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian.....	2 – 9
2.4 Validitas dan Reliabilitas .....	2 – 9
2.5 Uji Hipotesis .....	2 – 11
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Penelitian Pendahuluan.....	3 – 4

3.2 Latar Belakang Masalah .....	3 – 5
3.3 Identifikasi Masalah .....	3 – 5
3.4 Pembatasan Masalah.....	3 – 6
3.5 Perumusan Masalah.....	3 – 6
3.6 Tujuan Penelitian .....	3 – 7
3.7 Tinjauan Pustaka .....	3 – 7
3.8 Wawancara mengenai data perusahaan dan variabel penelitian .....	3 – 7
3.9 Penyusunan variabel penelitian .....	3 – 7
3.10 Penyusunan kuisisioner penelitian .....	3 – 7
3.11 Cek validitas dengan para ahli dan pihak perusahaan .....	3 – 10
3.12 Penentuan jumlah sampel dan penyebaran kuisisioner penelitian .....	3 – 10
3.13 Pengolahan data hasil kuisisioner .....	3 – 11
3.14 Analisis.....	3 – 12
3.15 Kesimpulan dan Saran .....	3 – 13

#### BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Sejarah Perusahaan .....	4 – 1
4.2 Struktur Organisasi .....	4 – 2
4.3 Data Hasil Kuisisioner.....	4 – 3
4.3.1 Bagian 1 ( <i>Awareness Measures</i> ) .....	4 – 3
4.3.2 Bagian 2 ( <i>Assosiation Measures</i> ) .....	4 – 6
4.3.3 Bagian 3 ( <i>Perceived Quality</i> ) .....	4 – 7
4.3.4 Bagian 4 ( <i>Loyalty Measures</i> ) .....	4 – 7
4.3.5 Bagian 5 ( <i>Other Proprietary Asset</i> ) .....	4 – 9

#### BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 <i>Awereness Measures</i> .....	5 – 1
5.2 <i>Assosiation Measures</i> .....	5 – 4
5.3 <i>Perceived Quality</i> .....	5 – 13
5.4 <i>Loyalty Measures</i> .....	5 – 44
5.5 <i>Other Proprietary Asset</i> .....	5 – 46
5.6 Analisis Keseluruhan.....	5 – 48
5.7 Usulan .....	5 – 50

#### BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan .....	6 – 1
6.2 Saran .....	6 – 3

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Tabel Contoh Kuisisioner <i>Awereness Measures</i>	3 – 8
3.2	Tabel Contoh Kuisisioner <i>Assosiation Measures</i>	3 – 8
3.3	Tabel Contoh Kuisisioner <i>Perceived Quality</i>	3 – 9
3.4	Tabel Contoh Kuisisioner <i>Loyalty Measures</i>	3 – 9
3.5	Tabel Contoh Kuisisioner <i>Other Proprietary Asset</i>	3 – 9
4.1	Tabel Uv Varnish Yang Diingat Pertama Kali	4 – 3
4.2	Tabel Uv Varnish Selain Produk Pertama	4 – 4
4.3	Tabel Sumber Informasi	4 – 5
4.4	Tabel Hasil Kuisisioner <i>Assosiation Measures</i>	4 – 6
4.5	Tabel Hasil Kuisisioner <i>Loyalitas Measures</i>	4 – 7
4.6	Tabel Hasil Kuisisioner <i>Other Asset</i>	4 – 9
5.1	Tabel Uv Varnish Yang Diingat Pertama Kali	5 – 1
5.2	Tabel Uv Varnish Diingat Selain Produk Pertama	5 – 2
5.3	Tabel Sumber Informasi Mengenai Uv Varnish	5 – 3
5.4	Tabel Pengukuran Mengenai Tingkat <i>Association</i>	5 – 4
5.5	Tabel Tingkat Kepuasan Hasil Cetak Tahan Lama	5 – 13
5.6	Tabel Kepuasan Kecepatan Proses Pengeringan	5 – 14
5.7	Tabel Kepuasan Kekilatan Warna Yang Dihasilkan	5 – 16
5.8	Tabel Tingkat Bahan Kimia Yang Dibutuhkan Sedikit	5 – 17
5.9	Tabel Tingkat Waktu Kadaluarsa Relatif Lama	5 – 19
5.10	Tabel Tingkat Kepuasan Mengenai Desain Kemasan	5 – 20
5.11	Tabel Tingkat Kepuasan Logo Kemasan	5 – 22
5.12	Tabel Kepuasan Bau Bahan Kimia Menyengat	5 – 23
5.13	Tabel Kepuasan Produk Memiliki Variasi Volume	5 – 25
5.14	Tabel Kepuasan Kesesuaian Antara Harga dan Kualitas	5 – 26
5.15	Tabel Kepuasan Kesesuaian Antara Harga dan Kuantitas	5 – 28
5.16	Tabel Kejelasan Petunjuk Penggunaan Bahan Kimia	5 – 29
5.17	Tabel Kesesuaian Volume Dengan Keterangan	5 – 31
5.18	Tabel Produk Yang Tidak Memiliki Efek Samping	5 – 32
5.19	Tabel Kepuasan Ketahanan Hasil Cetak Konsisten	5 – 34

5.20	Tabel Kepuasan Kekilatan Warna Hasil Konsisten	5 – 35
5.21	Tabel Ketersediaan Bahan Kimia Di Banyak Toko	5 – 37
5.22	Tabel Kepuasan Layanan Dalam Pengantaran Barang	5 – 38
5.23	Tabel Adanya <i>Training</i> Penggunaan Bahan Kimia	5 – 40
5.24	Tabel Kepuasan Kepraktisan Dalam Penggunaan	5 – 41
5.25	Tabel Ringkasan Pengolahan Data <i>Perceived Quality</i>	5 – 43
5.26	Tabel Pengukuran Mengenai Tingkat Loyalitas	5 – 44
5.27	Tabel Pengukuran Mengenai <i>Other Proprietary Asset</i>	5 – 46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Gambar Kesadaran Merek	2 – 3
2.2	Gambar Piramida	2 – 5
3.1	Gambar Diagram Alir bagian 1	3 – 1
3.2	Gambar Diagram Alir bagian 2	3 – 2
3.3	Gambar Diagram Alir bagian 3	3 – 3
4.1	Struktur Organisasi	4 – 2
4.2	Diagram Batang Mengenai Bahan <i>Uv Varnish</i> Yang Diingat Pertama Kali	4 – 4
4.3	Diagram Batang Mengenai Bahan <i>Uv Varnish</i> Yang Diingat Selain Produk Pertama	4 – 5
4.4	Diagram Batang Mengenai Sumber Informasi Mengenai Bahan <i>Uv Varnish</i>	4 – 6
4.5	Diagram Batang Mengenai Pengukuran Tingkat Loyalitas	4 – 8
4.6	Diagram Batang Mengenai Apakah Ada Merek Lain Yang Ingin Dicoba	4 – 8
4.7	Diagram Batang Mengenai Adanya Teknisi Bagi Perbaikan Mesin	4 – 9
4.8	Diagram Batang Mengenai Keterbukaan Perusahaan Terhadap Saran dan Kritik	4 – 10
5.1	Kemasan Produk	5 – 5
5.2	Logo AGI	5 – 5
5.3	Hasil Hipotesis Variabel 1	5 – 14
5.4	Hasil Hipotesis Variabel 2	5 – 15
5.5	Hasil Hipotesis Variabel 3	5 – 17
5.6	Hasil Hipotesis Variabel 4	5 – 18
5.7	Hasil Hipotesis Variabel 5	5 – 20
5.8	Hasil Hipotesis Variabel 6	5 – 21
5.9	Hasil Hipotesis Variabel 7	5 – 23
5.10	Hasil Hipotesis Variabel 8	5 – 24
5.11	Hasil Hipotesis Variabel 9	5 – 26
5.12	Hasil Hipotesis Variabel 10	5 – 27

5.13	Hasil Hipotesis Variabel 11	5 – 29
5.14	Hasil Hipotesis Variabel 12	5 – 30
5.15	Hasil Hipotesis Variabel 13	5 – 32
5.16	Hasil Hipotesis Variabel 14	5 – 33
5.17	Hasil Hipotesis Variabel 15	5 – 35
5.18	Hasil Hipotesis Variabel 16	5 – 36
5.19	Hasil Hipotesis Variabel 17	5 – 38
5.20	Hasil Hipotesis Variabel 18	5 – 39
5.21	Hasil Hipotesis Variabel 19	5 – 41
5.22	Hasil Hipotesis Variabel 20	5 – 42
5.23	Diagram Persentase Dimensi <i>Loyalty</i>	5 – 44
5.24	Piramida Dimensi <i>Loyalty</i>	5 – 45
5.25	Diagram Persentase Ya dan Tidak	5 – 45
5.26	Diagram Batang Mengenai Adanya Teknisi Bagi Perbaikan Mesin	5 – 47
5.27	Diagram Batang Mengenai Keterbukaan Perusahaan	5 – 47



## DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran</u>	<u>Judul</u>	<u>Halaman</u>
1	Kuesioner Penelitian	L1 – 1
2	Foto Produk	L2 – 1
3	Skala Kepuasan	L3 – 1
4	Tabel t kritis	L4 – 1
5	Komentar hasil seminar isi	L5 – 1
6	Hasil validitas konstruk	L6 – 1