

## INTISARI

Bisnis *fashion* adalah salah satu segmen bisnis yang perkembangannya pesat sekali di tiap tahunnya. Kita bisa lihat banyak sekali *brand* lokal maupun internasional mengisi pasar bidang *fashion* ini. Bisa disebutkan merek – merek internasional seperti Giordano, Guess, Quiksilver, atau juga merek – merek lokal seperti Skaters, Dagadu, Joger, dan lain – lain. Semua itu bisa dibilang *brand* yang sudah tidak asing lagi di masyarakat Indonesia.. Sebuah merek memegang peranan penting dalam pemilihan produk. Ketika konsumen tidak punya banyak waktu untuk merenung-renung, asosiasi merek menjadi sangat penting dalam mengambil keputusan. Dan ketika jajaran produk, layanan, dan suasana yang nyaris sama ditawarkan, maka fokus pembedanya tinggalah merek, kini orang membeli merek, bukan produk.

Penelitian ini dilakukan di Bandung yang membandingkan dua merek pakaian yaitu Giordano dan Skaters. Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengukur ekuitas merek dari masing-masing produk. Penelitian ini menggunakan 100 orang responden, yang merupakan pengguna dari kedua merek tersebut. Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode eksploratif lalu kemudian data diolah dengan metode deskriptif. Metoda pengumpulan data yang akan diolah adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagi dalam dua bagian pertanyaan; (1) profil mengenai responden seperti : jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan pengeluaran per bulan. (2) dimensi – dimensi dari ekuitas merek yaitu *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty* dari kedua merek yaitu Giordano dan Skaters.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Giordano memiliki posisi yang lebih unggul dalam dimensi *perceived quality* dan *brand loyalty*. Sedangkan Skaters unggul dalam dimensi *brand awareness* dan *brand association*. Kedua merek tersebut berarti harus memperhatikan dan meningkatkan kinerja masing-masing agar di masa yang akan datang merek mereka bisa bertahan dan lebih unggul dari yang lainnya.

Kata kunci : Kinerja merek, Kesadaran merek, Asosiasi merek, Kualitas persepsi, Loyalitas merek.

## ABSTRACT

Fashion business is one of a business part that growth pretty fast in every year. We can see a lot of brands from a local industries or international brands to running this business segment. We can mention some example of international brands like Giordano, Guess, Quiksilver, or a local brands such as Skaters, Dagadu, Joger, etc. All of that brands seems so familiar for Indonesians. A brand is having a big role for making a decision. When the costumer didn't have a time for considering which one that they should bought to, a brand association became more important in taking a decision. And when all the product, services, and atmosphere are really same as the others, then the one who can make it different is the brand itself, and nowadays peoples bought a brand, not a product.

This research is taking place in Bandung which is about comparing two clothing brands, they are Giordano and Skaters. The goal of this research is trying to measuring their brand equity. This research are using about 100 responder, which are all of them using both of the product. The utilized method that using in this research is eksploratif method and all the data processed by a descriptive method. All the data is coming from a questioner that already spread out before. The questioner is divided into two part of questions; (1) the responder profile like : sex, ages, educational background, jobs, and expenditure per month (2) brand equity dimensions which are *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, and *brand loyalty* from both of brand, Giordano and Skaters.

The result of this research showed that Giordano have a better positions in perceived quality and brand loyalty dimensions. And Skaters brand also have a better positions in brand awareness and brand association. Both of this brand had to improve their working performances so that in the future their brand can be survive or even growth becoming much bigger than now.

Key words : Brand equity, brand awareness, brand associations, perceived quality, brand loyalty

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	.....	i
<b>KATA PENGANTAR</b>	.....	ii
<b>DAFTAR ISI</b>	.....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	.....	x
<b>DAFTAR TABEL</b>	.....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	.....	xiii
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>	
1.1	Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2	Identifikasi Masalah .....	4
1.3	Tujuan Penelitian .....	4
1.4	Kegunaan Penelitian .....	5
1.5	Kerangka Pemikiran .....	5
1.6	Operasionalisasi variabel .....	9
1.7	Lokasi penelitian .....	11
1.8	Sistematik Bahasan .....	11
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1.1	Merek .....	13
2.1.1	Definisi Merek .....	13
2.1.2	Kriteria Merek yang Baik dan Efektif.....	14
2.1.3	Tingkat Pengertian Merek.....	17
2.1.4	Elemen-Elemen Merek.....	18

2.1.5	Tipe-tipe Merek.....	19
2.1.6	Manfaat Merek.....	20
2.1.7	Keputusan Strategi Merek.....	24
2.2	Ekuitas Merek.....	25
2.2.1	Definisi Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ).....	13
2.2.2	Konsep Ekuitas Merek.....	27
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1	Metode Penelitian.....	36
3.1.1	Metode Riset.....	36
3.1.2	Metode pengumpulan data.....	36
3.1.3	Populasi dan Sampling.....	37
3.1.4	Metode pengolahan data.....	37
3.1.5	Flow chart dari analisis.....	39
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Profil responden.....	42
4.2	Pengujian data.....	45
4.2.1	Uji validitas.....	46
4.2.2	Uji reliabilitas.....	48
4.3	Pembahasan.....	50
4.3.1	<i>Brand Awareness</i> .....	50
4.3.2	<i>Brand Association</i> .....	53
4.3.3	<i>Perceived Quality</i> .....	56

4.3.4	<i>Brand Loyalty</i> .....	60
4.3.4.1	Analisa <i>switcher</i> .....	60
4.3.4.2	Analisa <i>habitual buyer</i> .....	61
4.3.4.3	Analisa tingkat <i>brand loyalty</i> Giordano dan Skaters.....	62
4.3.5	Total dimensi Giordano dan Skaters.....	65
4.3.6	Uji t-test.....	66
4.3.6.1	Uji t <i>brand awareness</i> .....	68
4.3.6.2	Uji t <i>brand association</i> .....	69
4.3.6.3	Uji t <i>perceived quality</i> .....	69
4.3.6.4	Uji t <i>brand loyalty</i> .....	70

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran.....	74

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel operasionalisasi variable.....	10
Tabel 2.1	Manfaat – manfaat merek.....	23
Tabel 4.1	Klasifikasi responden berdasarkan usia.....	42
Tabel 4.2	Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
Tabel 4.3	Klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	43
Tabel 4.4	Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan.....	44
Tabel 4.5	Klasifikasi responden berdasarkan pengeluaran per bulan.....	44
Tabel 4.6	Kisi – kisi butir pertanyaan.....	45
Tabel 4.7	Hasil validitas butir pertanyaan.....	46
Tabel 4.8	Kisi – kisi butir pertanyaan yang valid.....	48
Tabel 4.9	Hasil realibilitas hasil pertanyaan.....	49
Tabel 4.10	Kisi – kisi butir pertanyaan yang reliable.....	50
Tabel 4.11	<i>Brand awareness</i> untuk merek Giordano.....	51
Tabel 4.12	<i>Brand awareness</i> untuk merek Skaters.....	52
Tabel 4.13	<i>Brand awareness</i> Giordano dan Skaters.....	52
Tabel 4.14	<i>Brand association</i> untuk merek Giordano.....	53
Tabel 4.15	<i>Brand association</i> untuk merek Skaters.....	54
Tabel 4.16	<i>Brand association</i> Giordano dan Skaters.....	55
Tabel 4.17	<i>Perceived quality</i> untuk merek Giordano.....	56
Tabel 4.18	<i>Perceived quality</i> untuk merek Skaters.....	58
Tabel 4.19	<i>Perceived quality</i> Giordano dan Skaters.....	59

Tabel 4.20	<i>Analisa switcher</i> .....	60
Tabel 4.21	<i>Analisa habitual buyers</i> .....	61
Tabel 4.22	<i>Brand loyalty</i> untuk merek Giordano.....	63
Tabel 4.23	<i>Brand loyalty</i> untuk merek Skaters.....	64
Tabel 4.24	<i>Brand loyalty</i> Giordano dan Skaters.....	64
Tabel 4.25	<i>Brand equity</i> Giordano dan Skaters.....	65
Tabel 4.26	Perbandingan Mean antara Giordano dan Skaters.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka pemikiran.....	09
Gambar 2.1	Piramida loyalitas.....	32
Gambar 4.1	Grafik perbandingan dimensi produk Giordano dan Skaters.....	66



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi data Frekuensi dari kuesioner
- Lampiran 3 Hasil Validitas Data
- Lampiran 4 Pengujian Reliabilitas
- Lampiran 5 Mean dan standar deviasi Giordano dan Skaters
- Lampiran 6 Tabel t test