

Skripsi Sarjana
Program Studi Manajemen
Semester Genap 2014/2015

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
EKUITAS MEREK SUSU IBU HAMIL
DI BATAM**

NPM: 1141097
Yetty Nilawati

Abstrak

Sebuah produk harus memiliki merek sebagai pembeda dengan produk lainnya. Dalam sebuah merek terdapat nilai yang disebut ekuitas merek. Produk yang memiliki ekuitas merek yang kuat mampu memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh dari kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, kepercayaan merek, dan loyalitas merek terhadap ekuitas merek susu ibu hamil di kota Batam.

Sebanyak 240 set kuesioner yang disebarakan dengan tingkat pengembalian 229 kuisioner dengan objek penelitian wanita hamil diatas 17 tahun yang pernah mengkonsumsi susu khusus ibu hamil. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah dengan metode *judgement sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif pada varaibel kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, kepercayaan merek, dan loyalitas merek terhadap ekuitas merek susu ibu hamil di Kota Batam. Persepsi kualitas memberikan distribusi yang paling besar terhadap ekuitas merek.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek, dan Ekuitas Merek