

Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan perluasan merek kasus : Men's Biore

Harris Pranata Wijaya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=116899&lokasi=lokal>

Abstrak

Pasar produk perawatan pribadi (personal care) pria semakin berkembang di Indonesia seiring bertambahnya jumlah pria yang memperhatikan penampilan. Fenomena pria metroseksual ini tentunya lebih terasa di kota-kota besar terutama Jakarta. Hal ini membuat para produsen berlomba-lomba meluncurkan berbagai jenis produk perawatan baru yang menarik bagi para pria tersebut. Dalam meluncurkan produk baru seharusnya diperlukan sebuah merek baru. Namun, membangun merek yang benar-benar baru sangatlah mahal dan memiliki risiko kegagalan yang tinggi. Oleh karena itu, salah satu strategi pengembangan merek yang paling disukai adalah perluasan merek. Walaupun pengenalan produk baru dengan strategi perluasan merek sudah biasa dilakukan, namun pada kenyataannya sering terjadi kegagalan. Dengan demikian, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan perluasan merek sangatlah penting. Sebagai merek produk perawatan pria, Men's Biore dianggap cukup potensial dan menarik untuk diperluas ke kategori lain mengingat pertumbuhan produk perawatan pria terus meningkat akhir-akhir ini. Saat ini Men's Biore, salah satu merek yang dimiliki oleh PT Kao Indonesia, merupakan pemimpin pasar pada kategori sabun pembersih wajah pria di Indonesia. Selain itu, sabun mandi cair dan plester pengangkat komedo juga terdapat pada lini produk Men's Biore. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pendapat konsumen mengenai reputasi merek Men's Biore dan juga kemiripan kategori shampo, deodoran, dan produk penata rambut dengan kategori sabun pembersih wajah Men's Biore. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi merek dan kemiripan kategori terhadap kesuksesan perluasan merek Men's Biore. Yang terakhir, penelitian juga dimaksudkan untuk mengetahui kategori produk yang paling diterima oleh konsumen, jika Men's Biore akan mengeluarkan produk shampo, deodoran, dan produk penata rambut. Dari analisis yang telah dilakukan, reputasi merek Men's Biore secara umum dipersepsi secara positif. Para pengguna Men's Biore memberikan nilai yang secara signifikan lebih baik dibanding pengguna non Men's Biore dalam hal reputasi merek. Kategori shampo dianggap mempunyai asosiasi yang paling mendekati kategori sabun pembersih wajah dibandingkan deodoran dan produk penata rambut, serta dianggap sebagai produk pelengkap yang paling perlu dimiliki oleh pengguna sabun pembersih wajah Men's Biore. Hal ini dapat disebabkan karena shampo dan sabun pembersih wajah sama-sama berfungsi untuk membersihkan, digunakan saat mandi, dan menghasilkan busa. Namun, sebagai produsen, Men's Biore dianggap memiliki kompetensi yang lebih tinggi dalam membuat deodoran dibanding kategori lainnya. Dari hasil analisis regresi, diketahui bahwa semakin tinggi persepsi reputasi merek induk, maka penilaian perluasan merek akan semakin baik. Selain itu, perluasan merek ke kategori yang dianggap lebih mirip dengan kategori merek induk akan lebih diterima oleh konsumen dibandingkan ke kategori yang lebih tidak mirip. Dari hasil analisis evaluasi konsumen, secara konsep produk, merek Men's Biore lebih potensial untuk diperluas ke kategori shampo dibandingkan ke kategori deodoran maupun produk penata rambut. Yang perlu diingat jika Men's Biore benar-benar meluncurkan shampo adalah bahwa sebaiknya dipersiapkan anggaran pemasaran yang sangat besar mengingat kerasnya persaingan di kategori ini.