

Analisis ekuitas merek Shampo Sunsilk

Pasadina Makaraputri Astikariandini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=123132&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang ekuitas merek dari shampo Sunsilk dengan menggunakan empat elemen utama ekuitas merek, seperti kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang melibatkan adanya tinjauan pustaka serta partisipasi responden (pengguna shampo Sunsilk). Hasil penelitian berupa posisi shampo Sunsilk sebagai merek top of mind di benak konsumennya, asosiasi-asosiasi yang melekat erat pada shampo Sunsilk, analisis kinerja dan kepentingan dari atributo-atribut yang dimiliki shampo Sunsilk, dan gambaran mengenai tingkat kesetiaan konsumen terhadap shampo Sunsilk.

The focus of this study is about analyzing Sunsilk shampoo based on brand equity elements, such as brand awareness, brand associations, perceived quality, and brand loyalty. This research is a quantitative research which involves literature study and participating respondent (Sunsilk shampoo users). The result of this research is Sunsilk shampoo as the top of mind product among its competitors, associations that correlate directly to Sunsilk shampoo, performance-importance analysis on Sunsilk shampoo attributes, and a brief sketch on Sunsilk shampoo's consumer level of loyalty.