

Analisis Pengaruh Brand Equity RCTI terhadap Brand Equity Koran Seputar Indonesia

Hasis Purwanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=127425&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. Media Nusantara Citra sebagai salah satu grup perusahaan terbesar di Indonesia berusaha melakukan terobosan dengan melalaikan perluasan usaha dengan mendirikan PT. Media Nusantara Informasi yang menaungi Koran Seputar Indonesia. Pengukuran melalui logit model menunjukkan bahwa dari sisi awareness, pembaca Koran SINDO sudah dapat membedakan bahwa RCTI dan Koran SINDO adalah entitas bisnis dan media yang berbeda. Sedangkan dari sisi asosiasi para pembaca masih mengasosiasikan bahwa Koran SINDO berkaitan dengan RCTI cukup kuat dengan koefisien parameter sebesar 0,3501 atau 35,02 persen. Sedangkan dari sisi loyalitas kuatnya persepsi masyarakat mengenai RCTI menyebabkan Koran SINDO masih identik dengan RCTI. Hal ini dapat dibuktikan melalui penelitian ini bahwa 22,61 persen loyalitas pembaca Koran SINDO masih dipengaruhi oleh RCTI. Kondisi ini merupakan indikator bahwa selama ini kuatnya ekuitas merk RCTI masih memengaruhi ekuitas merk Koran SINDO meskipun sudah lebih dari tiga tahun berdiri.