

## ABSTRAK

Nama : Zoultan Tariq Imanshah Maarifat  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul : Analisa *Brand Equity* Untuk Mempertahankan *Market Leadership*.  
Studi kasus: Layanan Indosat Blackberry

Tesis ini membahas mengenai bagaimana peranan *brand equity* suatu produk sehingga produk tersebut bisa mempertahankan posisinya sebagai market leader

Studi kasus dilakukan terhadap layanan Indosat Blackberry. Dalam hal ini dengan mempunyai *Brand Equity* yang kuat maka indosat blackberry akan menjadi daya tarik bagi konsumen, sehingga untuk mengembangkan dan mempertahankan sebagai *Market Leadership* akan mudah dicapai.

Berdasarkan dari 100 sampel responden , peneliti menemukan bahwa tingkat brand equity yang dianalisa yaitu *Brand Awareness*, *Brand Loyalty*, *Perceived Quality* menunjukkan hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen (*Customer Behaviour*) menunjukkan tingkat kesetiaan yang tinggi walaupun adanya tawaran yang menarik dari pesaingnya. Hal yang disarankan untuk Indosat Blackberrt adalah perlunya peningkatan kualitas layanan dalam upaya meningkatkan *Brand Loyalty*, dan indosat sebagai *first mover* harus mengarahkan pasar agar konsumen sadar bahwa Indosat adalah yang pertama untuk layanan service blackberry sehingga akan menimbulkan suatu persepsi bahwa indosat sudah jauh lebih berpengalaman.

Kata Kunci:

*Brand Equity*, *Customer Behaviour*, Indosat Blackberry, *Market leadership*

## ABSTRACT

Name : Zoultan Tariq Imanshah Maarifat  
Study Program : Magister Manajemen  
Judul : Analisis Brand Equity to Maintain Market Leadership  
Case Study: Layanan Indosat Blackberry

This Thesis discuss how “brand equity” of a product has the function to keep its position as a market leader. Study case towards Indosat Blackberry services. In this case with a powerful “Brand Equity”, Indosat Blackberry becomes attractive to consumer, so to develop and to keep as a Market Leadership will be a lot easier. Based on 100 respondent samples, research discovers that analyzed brand equity level such as Brand Awareness, Brand Loyalty, and Perceived Quality has a significant relation with consumer behavior. Consumer behavior shows a high loyalty level even though there is more attractive offer from other competitor. Things to be considered by Indosat Blackberry is to increase quality of service in order to increase Brand Loyalty, and Indosat as first mover should direct the market so consumers realize that Indosat is the first operator who launched Blackberry service which make a perception “indosat has more experience than its competitor”

Key Word:

*Brand Equity, Customer Behaviour, Indosat Blackberry, Market leadership*