

**ANALISA *BRAND EQUITY* UNTUK MEMPERTAHANKAN
MARKET LEADERSHIP
STUDI KASUS: LAYANAN INDOSAT BLACKBERRY**

TESIS

**ZOULTAN TARIQ IMANSHAH MAARIFAT
0606162214**



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
JAKARTA
MARET 2009**

**ANALISA *BRAND EQUITY* UNTUK MEMPERTAHANKAN
MARKET *LEADERSHIP*
STUDI KASUS: LAYANAN INDOSAT BLACKBERRY**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S2

**ZOULTAN TARIQ IMANSHAH MAARIFAT
0606162214**



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
JAKARTA
MARET 2009**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Zoultan Tariq Imanshah Maarifat

NPM : 0606162214

Tanda Tangan :




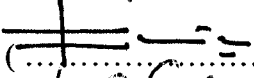

Tanggal : 8 April 2009

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : Zoultan Tariq Imanshah Maarifat
NPM : 0606162214
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : *Analisa Brand Equity* untuk Mempertahankan
Market Leadership
Studi Kasus : Layanan Indosat Blackberry

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewam Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : John Daniel Rembeth, MBA ()
Penguji : Dr. Firmanzah ()
Penguji : Nurdin Sobari, MMCAAE ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT hanya karena rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan karya akhir yang berjudul **“ANALISA BRAND EQUITY UNTUK MEMPERTAHANKAN MARKET LEADERSHIP”** sebagai bagian dari syarat-syarat yang diperlukan guna mencapai gelar Magister Manajemen (MM) dari Universitas Indonesia.

Dalam proses penyusunan karya akhir ini penulis berusaha untuk mencari, mengolah, menganalisa serta membuat kesimpulan dan saran secara maksimal sesuai dengan hasil penelitian. Tetapi diluar itu semua, penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan karya akhir ini terdapat beberapa rintangan yang harus dilalui, namun atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikannya dengan baik dan maksimal.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak John Daniel Remberth, MBA, sebagai pembimbing karya akhir. Terima kasih karena telah menjadi dosen yang baik dengan kesabaran, bantuan dan masukan ide – idenya yang sangat brilliant yang diberikan selama masa bimbingan.
2. Bapak Dr. Rhenald Kasali selaku Ketua Program MM-UI.
3. Para dosen yang telah mengajarkan dan berbagi ilmu semasa perkuliahan di Magister Manajemen Universitas Indonesia.
4. Para staf di Magister Manajemen Universitas Indonesia, mulai dari perpustakaan, *front office*, admisi, keuangan, kantin, laboratorium komputasi, akademik, dan pengamanan yang telah menemani dan memberikan bantuan selama masa perkuliahan penulis.
5. Papa saya Dr. Yanuar Sjaff Maarifat MPH MM dan Mama dan juga seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan bagi penulis untuk terus melakukan yang terbaik hingga akhirnya thesis saya bisa selesai dan cita – cita saya bisa terwujud.
6. Deny yang sangat mendukung saya hingga akhirnya thesis ini bisa selesai tepat waktunya, terima kasih atas dukungan penuh dan doanya yah.
7. Gang Cauurz: Pak Teddy, Pak Alex, Pak Sonny, Toto, Ronald, Poltak, Riksa, terima kasih untuk persahabatan, dukungan, perjuangan dan nilai-nilai hidup yang kalian

berikan. PLAY HARD STUDY HARD itu akan selalu diingat dan SOFTSKILL yang harus selalu dibangun

8. Rekan-rekan H-064, Prayudi dengan kegilaannya, Bu Yasinda Bu Dinur tariff lama masih tetep ada loh bu, Rini, Pri , Zulkha, kalian teman – teman yang hebat, dan teman – teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah mengajarkan saya bukan hanya dari sisi akademik saja, tapi banyak hal diluar dari itu yang membantu saya menjadi orang yang lebih bernilai
9. Rekan-rekan PS-064, terima kasih atas dukungan dan keceriaan yang ada di kelas pemasaran.
10. Mbak Dian Nurikasari selaku atasan, teman ,yang sangat mendukung saya, atas diberikannya kelonggaran waktu , nilai – nilai positif hidup yang diberikan sehingga saya bisa menyelesaikan thesis ini tepat pada waktunya. Komitmen satu kata kita untuk supaya kita bisa maju. Terima kasih banyak mbk

Tanpa mengurangi rasa hormat, tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan dan pihak lain yang tidak dapat dicantumkan satu per satu dalam tulisan ini. Semoga segala kebaikan, dukungan, dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama ini bisa menjadi manfaat bagi kita semua.

Jakarta, Maret 2009

Zoultan Tariq Imanshah Maarifat

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zoultan Tariq Imanshah Maarifat
NPM : 0606162214
Program Studi : Magister Manajemen
Departemen :
Fakultas : Ekonomi
Jenis karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisa *Brand Equity* untuk Mempertahankan *Market Leadership*”

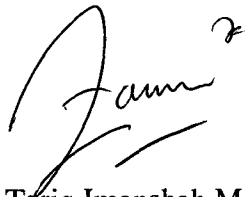
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 08 April 2009

Yang menyatakan



(Zoultan Tariq Imanshah Maarifat)

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penulisan.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	3
1.6 Metodologi Pembahasan.....	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Definisi Merek (<i>Brand</i>).....	5
2.2 Definisi <i>Brand Equity</i>	6
2.2.1 <i>Brand Loyalty</i>	8
2.2.2 <i>Brand Awareness</i>	9
2.2.3 <i>Perceived Quality</i>	11
2.3 Peran <i>Brand Equity</i>	13
2.4 <i>Customer Based Brand Equity (CBBE)</i>	14
2.5 Konsep Perhitungan <i>Brand Equity</i> dari perspektif pemasaran....	14
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	18
3.1 Sejarah Indosat.....	18
3.2 Visi, Misi dan Strategi.....	20
3.3 Produk dan Layanan Indosat.....	21
3.4 Kartu Seluler Indosat.....	23
3.4.1 Matrix.....	24
3.4.2 Mentari.....	26
3.4.3 IM3.....	30
3.4.4 Blackberry.....	32
3.5 Persaingan Bisnis.....	32
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN.....	36
4.1 Desain Penelitian.....	36
4.2 Metode Sampling.....	37
4.2.1 Populasi target.....	37

4.2.2	Metode Pengupulan Data.....	37
4.3	Instrument Penelitian.....	38
4.4	Desain Kuesioner.....	38
4.4.1	Format Kuesioner.....	38
4.4.2	Skala.....	39
4.5	Profil Demografi Responden.....	40
4.6	Metode Analisis Data.....	40
4.6.1	Analisis Deskriptif.....	40
4.6.2	Uji Chi Square.....	40
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
5.1	Hasil Penelitian	42
5.1.1	Demografi Responden.....	42
5.1.2	<i>Brand Awareness</i>	46
5.1.2.1	Analisa Frekuensi.....	46
5.1.2.2	Faktor <i>Brand Awareness</i>	47
5.1.3	<i>Brand Loyalty</i>	48
5.1.3.1	Analisa Frekuensi.....	48
5.1.3.2	Faktor <i>Brand Loyalty</i>	51
5.1.4	<i>Perceived Quality</i>	52
5.1.4.1	Analisa Frekuensi.....	52
5.1.4.2	Faktor <i>Perceived Quality</i>	59
5.1.5	<i>Customer Behaviour</i>	61
5.1.5.1	Deskripsi <i>Customer Behaviour</i>	61
5.1.5.2	Atribut <i>Customer Behaviour</i>	62
5.2	Pembahasan.....	63
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan.....	66
6.2	Saran.....	67
	DAFTAR PUSTAKA.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konfigurasi <i>Brand Equity</i> menurut Aaker.....	7
Gambar 2.2	Piramida Loyalitas.....	8
Gambar 2.3	Piramida <i>Brand Awareness</i>	10
Gambar 2.4	Nilai dari <i>Perceived Quality</i>	12
Gambar 3.1	Kepemilikan Saham Indosat.....	19
Gambar 3.2	Lini Usaha Indosat.....	20
Gambar 3.3	Peta <i>Market Share</i> Industri <i>Wireless</i> Indonesia.....	23
Gambar 3.4	Pencapaian Tahun 2008.....	24
Gambar 3.5	Sejarah Indosat Blacberry.....	33

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Pelanggan Blackberry di Jabotabek.....	35
Tabel 5.1	Tabel Jenis Kelamin Responden.....	42
Tabel 5.2	Tabel Usia Responden.....	42
Tabel 5.3	Tabel Marital Responden.....	43
Tabel 5.4	Tabel Tingkat Pendidikan Responden.....	43
Tabel 5.5	Tabel Jenis Pekerjaan.....	44
Tabel 5.6	Tabel Pengeluaran Biaya Telekomunikasi Responden.....	44
Tabel 5.7	Tabel Lama Menjadi Pelanggan.....	45
Tabel 5.8	Tabel Fungsi Blackberry.....	45
Tabel 5.9	Tabel Pengetahuan Indosat Blackberry.....	46
Tabel 5.10	Tabel Promosi Indosat Blacberry.....	46
Tabel 5.11	Tabel Loyalitas.....	48
Tabel 5.12	Tabel Perpindahan Operator lainnya.....	49