

# **ANALISIS HUBUNGAN ANTARA EKUITAS MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK PADA PRODUK PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK**

**Jilly Pratiwi, Iman Murtono Soenhadji, Ph.D**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ilmu Komputer, 2009

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci :

Abstraksi :

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan antara Ekuitas Merek yang dibentuk dari dimensi Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kesan Kualitas, dan Loyalitas Merek, Serta Kepercayaan Merek yang dibentuk dari dimensi Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Merek. PT Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan salah satu perusahaan besar yang memproduksi berbagai jenis makanan. Dalam memproduksi makanan PT Indofood selalu menjamin kualitas dalam produk-produknya baik dari segi kesehatan dan nilai gizi. Dalam memproduksi makanan, PT Indofood harus dapat menciptakan sikap positif para konsumen atas produk-produknya tersebut. Teknik pengumpulan data, diperoleh sebanyak 110 responden dengan metode simple random sampling (sampel acak sederhana). Untuk analisis data digunakan metode uji Reliabilitas dan Validitas, Analisis Korelasi, Analisis Diskriminan, dan Analisis kluster. Model menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan antara Ekuitas Merek dan Kepercayaan Merek sebesar 0,776. sementara prediksi model penelitian terhadap dua kelompok responden dengan status sudah menikah dan belum menikah dapat dijelaskan bahwa status responden yang sudah menikah lebih memerhatikan Kepercayaan Merek dan Ekuitas Merek apabila dibandingkan dengan status responden yang belum menikah.