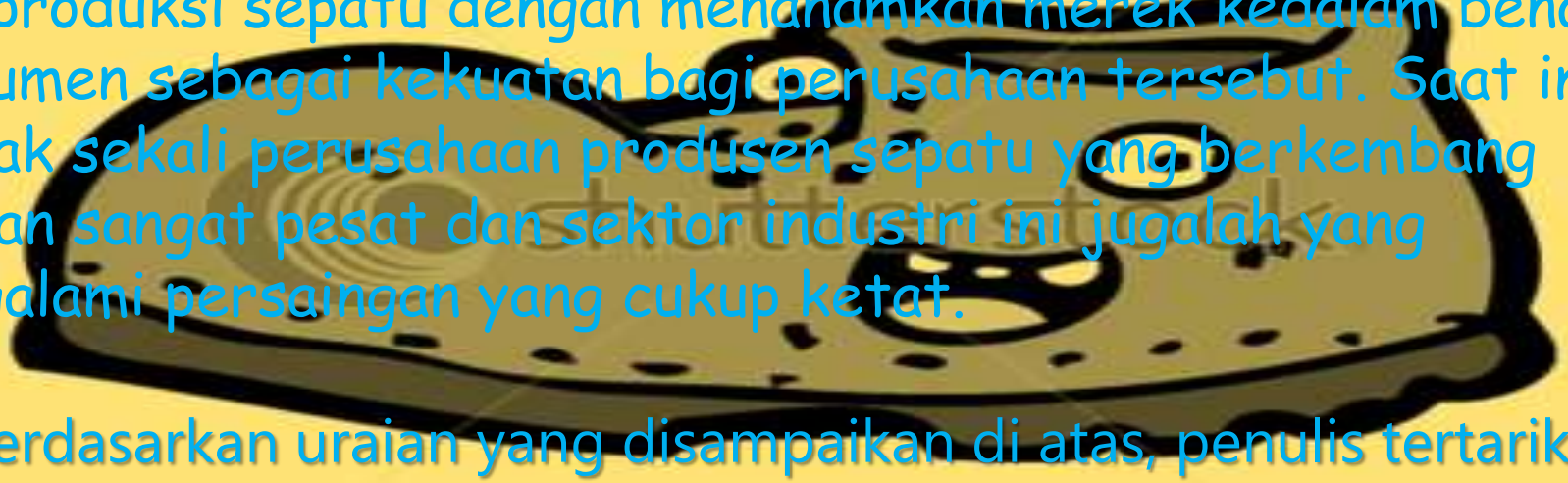
TUGAS AKHIR

“ANALISIS EKUITAS MEREK SEPATU KAPPA (Studi Kasus Pada Toko Sepatu Kappa Di Bandung Indah Plaza)”.

LATAR BELAKANG PENELITIAN

Saat ini sepatu tidak hanya sebagai kebutuhan yang hanya cukup dilengkapi saja tetapi kebanyakan dari mereka menjadikan sepatu sebagai koleksi dari gaya hidup mereka, sehingga saat ini setiap orang memiliki sepatu lebih dari satu pasang. Inilah yang membuat pada saat ini banyak sekali perusahaan yang memproduksi sepatu dengan menanamkan merek kedalam benak konsumen sebagai kekuatan bagi perusahaan tersebut. Saat ini banyak sekali perusahaan produsen sepatu yang berkembang dengan sangat pesat dan sektor industri ini jugalah yang mengalami persaingan yang cukup ketat.



Berdasarkan uraian yang disampaikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang ekuitas merek. Untuk itu penulis mengambil judul: **"ANALISIS EKUITAS MEREK SEPATU KAPPA (Studi Kasus Pada Toko Sepatu Kappa Di Bandung Indah Plaza".**

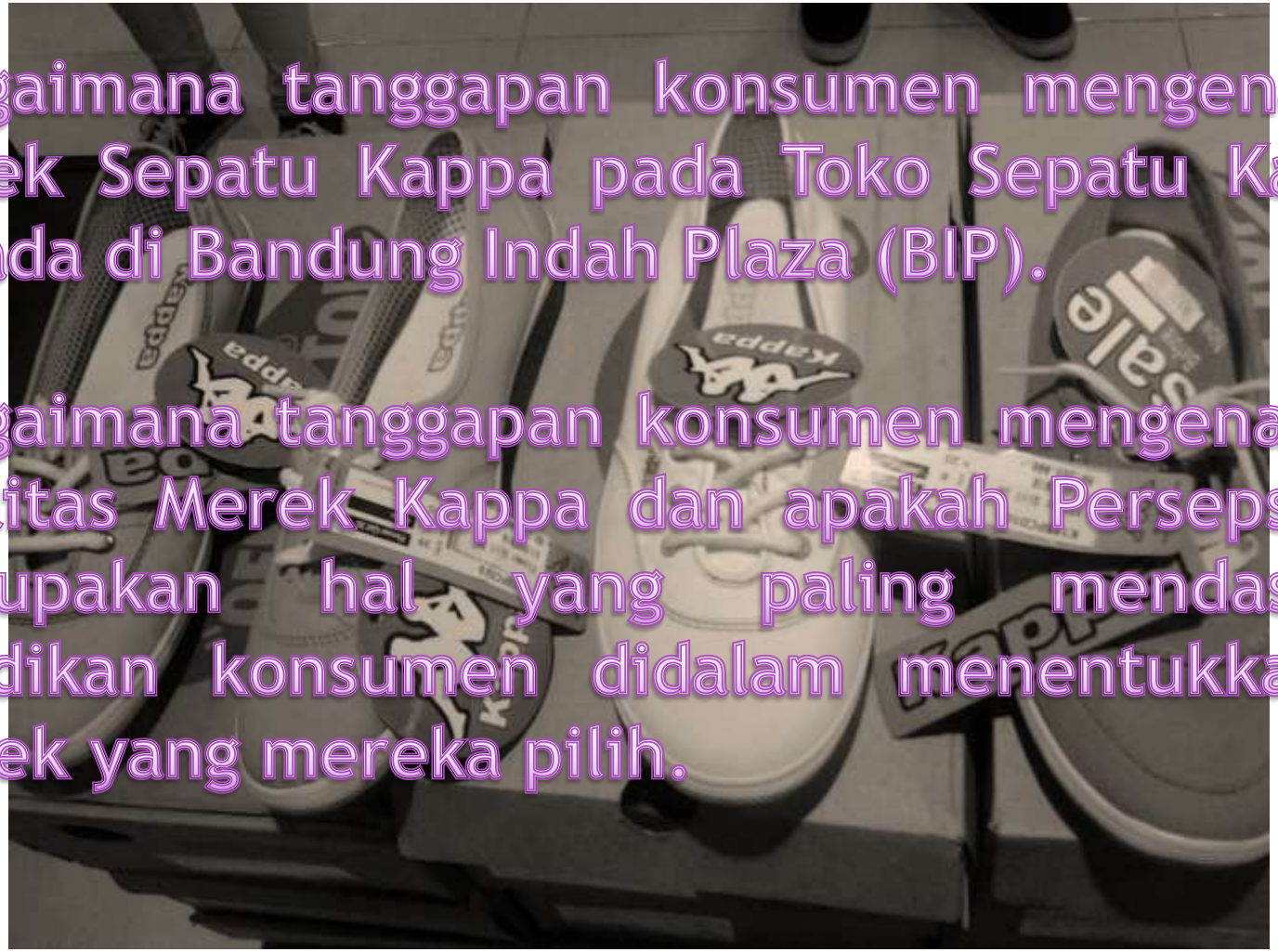
© Original Artist
Reproduction rights obtainable from
www.CartoonStock.com

IDENTIFIKASI MASALAH

Tidak terlalu kuatnya merek yang tertanam pada benak konsumen dapat membuat konsumen lebih meyakini merek lain adalah merek yang lebih baik

Menciptakan Persepsi Kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen, dapat menjadikan konsumen menentukkan pilihan merek yang mereka pilih.

RUMUSAN MASALAH



- Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Ekuitas Merek Sepatu Kappa pada Toko Sepatu Kappa yang berada di Bandung Indah Plaza (BIP).

- Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Persepsi Kualitas Merek Kappa dan apakah Persepsi Kualitas merupakan hal yang paling mendasar yang dijadikan konsumen didalam menentukkan pilihan merek yang mereka pilih.



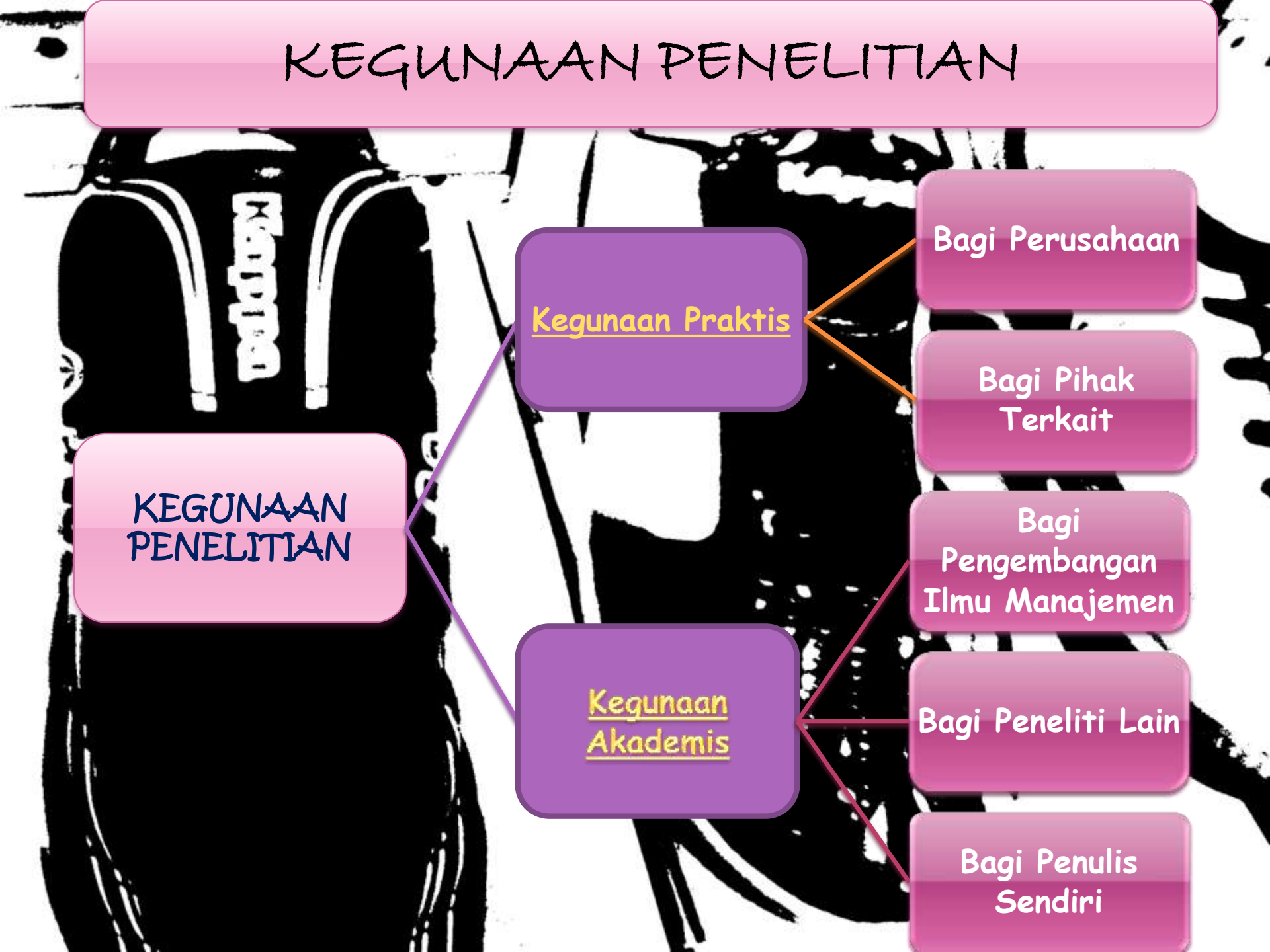
MAKSUD PENELITIAN

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi, mengumpulkan, serta menganalisis ekuitas merek Sepatu Merek Kappa pada Toko Sepatu Kappa di BIP

TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai ekuitas merek Sepatu Merek Kappa pada Toko Sepatu Merek Kappa di BIP

KEGUNAAN PENELITIAN





Pengertian merek menurut Freddy Rangkuti (2008;2), sebagai berikut :

"Merek merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan feature, manfaat, dan jasa tertentu kepada pembeli"

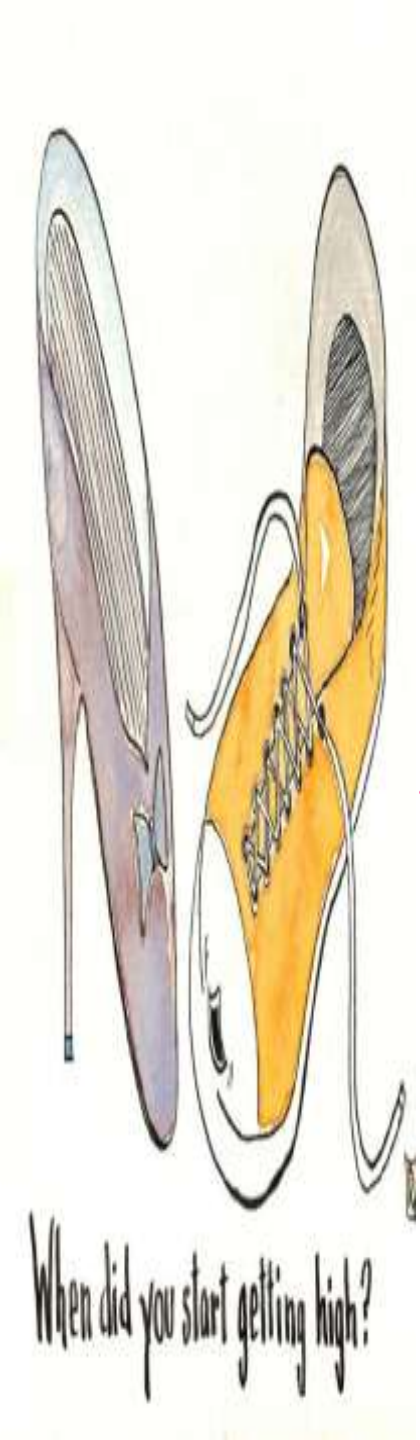
Menurut Freddy Rangkuti (2008;39) ekuitas merek, yaitu :

"Ekuitas merek adalah seperangkat aset (dan liabilitas) yang terkait dengan nama merek dan simbol yang dapat menambah atau mengurangi dari nilai yang diberikan oleh produk atau jasa kepada perusahaan atau pelanggan perusahaan."

© www.ClipProject.info

KERANGKA PEMIKIRAN





OBJEK DAN METODE PENELITIAN

❖**Objek Penelitian**

Untuk mengumpulkan data yang dijadikan bahan dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "**ANALISIS EKUITAS MEREK SEPATU KAPPA (Studi Kasus Pada Toko Sepatu Kappa Di Bandung Indah Plaza**".

❖ Metode Penelitian

Menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu dengan cara menggambarkan dan membahas keadaan serta kegiatan perusahaan, berdasarkan data dan informasi yang didapat dan dikumpulkan.

TEKNIK PENENTUAN DATA

POPULASI

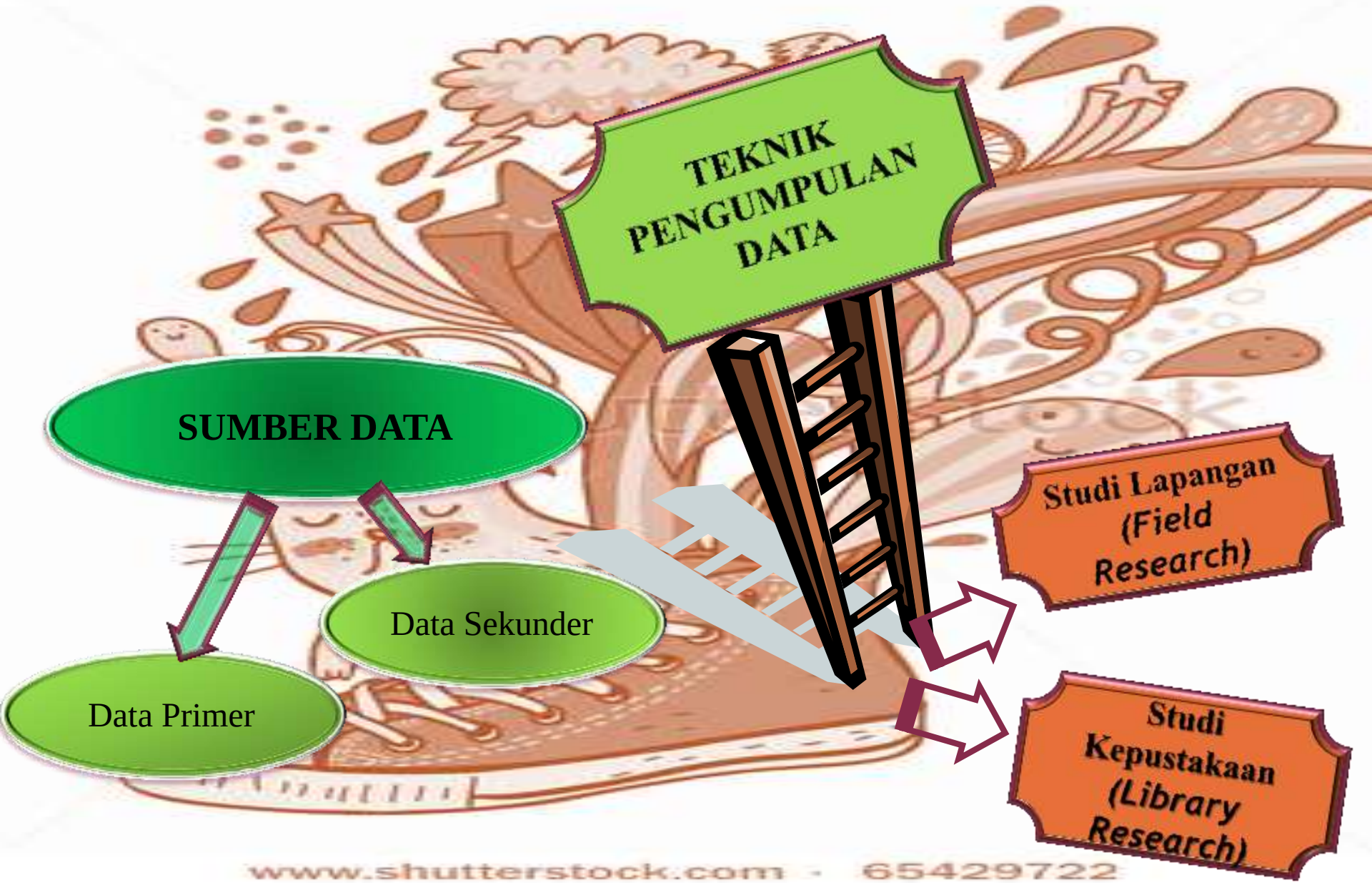
Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2011:80) bahwa :
"Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulan".

SAMPEL

Pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Probability Sampling* dengan teknik pengambilan sampel *Random Sampling*. Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2011:81), cara pengambilan sampel dengan teknik ini ialah "pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu".

$$n = \frac{N}{1 + NE^2}$$

SUMBER DAN TEKNIK PENENTUAN DATA



OPERASIONAL VARIABEL

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
EKUITAS MEREK (Brand Equity)	Seperangkat aset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan merek, nama dan simbolnya, yang menambah atau mempengaruhi nilai yang diberikan oleh sebuah barang atau jasa kepada perusahaan atau para pelanggan perusahaan. Freddy Rangkuti (2008:39)	1. Kesadaran Merek •Dikenalnya Merek •Kemudahan mengingat kembali merek •Paling diingat Merek 2. Kesan Kualitas •Kesan Kualitas merek dari produk •Memilih ciri khas model merek •Tingkat kenyamanan dari suatu produk 3. Asosiasi Merek •Kesesuaian Kualitas dengan Harga •Gaya Hidup •Para Pesaing 4. Loyalitas Merek •Kesetiaan konsumen terhadap merek •Konsumen merekomendasikan merek kepada orang lain •Pembelian ulang	•Tingkat Dikenalnya Merek •Tingkat kemudahan calon pembeli untuk mengingat kembali suatu merek •Tingkat paling diingatnya merek •Tingkat kesan kualitas yang muncul dibenak konsumen dari suatu produk •Tingkat ciri khas dari suatu suatu merek •Tingkat kenyamanan setelah penggunaan produk •Tingkat kesesuaian kualitas dengan harga •Tingkat Kemewahan saat menggunakan suatu produk •Tingkat Persaingan dengan produk pesaing •Tingkat kesetiaan konsumen akan merek •Tingkat keinginan konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain •Tingkat kesediaan konsumen didalam melakukan pembelian ulang produk	ORDINAL

Kappa adalah sebuah brand dari perusahaan yang memproduksi sepatu yang berlisensi italy. PT. Abadi Sukadana Jaya Perkasa adalah perusahaan yang mendapatkan lisensi khusus dari Perusahaan Kappa yang berasal dari Italy yang berdiri pada tahun 1998, dan sempat mengalami perubahan menjadi CV.Hartama Pratindo Perkasa pada tahun 2002 sampai dengan saat sekarang .

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - <36%	Sangat Tidak Baik
36% - <52%	Tidak Baik
52% - <68%	Cukup Baik
68% - <84%	Baik
84% - <100%	Sangat Baik

Sumber: Data primer yang telah diolah.

Maka jika dilihat dari tabel di atas pernyataan terhadap Kesadaran Merek yang yang terdaapat pada sepatu Merek Kappa dapat dikatakan baik, karena nilai persentase yang didapat dari keseluruhan jawaban pernyataan adalah sebesar 72.93% dan berada diantara 68%-<84% dengan kriteria baik, yang menunjukkan tanggapan responden terhadap kesadaran merek sepatu merek Kappa selama ini dinilai baik.



Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - <36%	Sangat Tidak Baik
36% - <52%	Tidak Baik
52% - <68%	Cukup Baik
68% - <84%	Baik
84% - <100%	Sangat Baik

Sumber: Data primer yang telah diolah.

Maka dilihat dari tabel 4.15 di atas pernyataan terhadap kesan kualitas yang dirasakan konsumen setelah melakukan pemakaian sepatu merek Kappa dapat dikatakan cukup baik, karena nilai persentase yang didapat dari keseluruhan jawaban pernyataan adalah sebesar 67.46% dan berada diantara 52% - <68% dengan kriteria cukup baik, yang menunjukkan tanggapan responden terhadap penilaian kualitas merek setelah melakukan pemakaian sepatu merek Kappa, selama ini dinilai cukup baik.

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - <36%	Sangat Tidak Baik
36% - <52%	Tidak Baik
52% - <68%	Cukup Baik
68% - <84%	Baik
84% - <100%	Sangat Baik

Sumber: Data primer yang telah diolah.

Maka dilihat dari tabel 4.20 di atas tanggapan responden terhadap asosiasi merek yang dirasakan konsumen setelah melakukan pemakaian sepatu merek Kappa dapat dikatakan cukup baik, karena nilai persentase yang didapat dari keseluruhan jawaban pernyataan adalah sebesar 67.73% dan berada diantara 52% - <68% dengan kriteria cukup baik, yang menunjukkan tanggapan responden terhadap penilaian asosiasi merek setelah responden melakukan pemakaian sepatu merek Kappa, selama ini dinilai cukup baik.

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% - <36%	Sangat Tidak Baik
36% - <52%	Tidak Baik
52% - <68%	Cukup Baik
68% - <84%	Baik
84% - <100%	Sangat Baik

Sumber: Data primer yang telah diolah.

Maka dilihat dari tabel 4.25 di atas pernyataan terhadap loyalitas merek yang dirasakan konsumen setelah melakukan pemakaian sepatu merek Kappa dapat dikatakan baik, karena nilai persentase yang didapat dari keseluruhan jawaban pernyataan adalah sebesar 71.33% dan berada diantara 68%-<84% dengan kriteria baik, yang menunjukkan tanggapan responden terhadap penilaian loyalitas merek setelah melakukan pemakaian sepatu merek Kappa, selama ini dinilai baik.

Skor Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek Sepatu Merrek Kappa

No	Indikator	Skor	Persentase (%)
1	Kesadaran Merek	547	72.93%
2	Kesan Kualitas	506	67.46%
3	Asosiasi Merek	510	68%
4	Loyalitas Merek	535	71.33%
Total		2.098	278.79%

Skor Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek

Skor	Skor Dalam (%)
2.098	$\frac{2.098}{5 \times 12 \times 50} \times 100\ \% = 69.93\ \%$

Skor tanggapan responden terhadap ekuitas merek secara keseluruhan sebesar 69,93%. Maka katagori untuk skor tanggapan responden terhadap ekuitas merek dapat dilihat pada tabel berikut ini ;

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Baik
36 % - < 52 %	Baik
52 % - < 68 %	Cukup baik
68 % - < 84 %	Baik
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Maka dilihat dari tabel, didapat nilai total tanggapan responden secara keseluruhan yaitu sebesar 2.098 atau sebesar 69.93% yang berada diantara 68%<84% dengan kriteria Baik. Hal ini menunjukkan bahwa ekuitas merek yang dilakukan Toko Sepatu Kappa yang berada di Bandung Indah Plaza telah dinilai baik.

Meskipun telah dinilai baik, tetapi sepatu merek kappa diharapkan dapat terus meningkatkan kembali ekuitas merek yang telah diraih saat ini, karena nilai kesan kualitas yang diraih yaitu pada tingkat ciri khas model sepatu merek kappa masih berada pada nilai yang rendah hal ini menunjukkan bahwa kesan kualitas yang diciptakan masih belum tercipta dengan sangat baik, begitu juga dengan nilai asosiasi merek memiliki nilai terendah kedua yaitu pada tingkat gaya hidup yang dirasakan konsumen pada saat menggunakan sepatu merek kappa, maka hal ini juga menunjukkan bahwa asosiasi yang diciptakan belum tercipta dengan baik.

- Tanggapan responden terhadap ekuitas merek Sepatu Kappa yang telah dilaksanakan pada Toko Sepatu Kappa di Bandung Indah Plaza, pada penilaian kesadaran merek mendapatkan nilai tertinggi, ini menunjukkan kesadaran merek terhadap sepatu merek kappa yang tertanam pada benak konsumen selama ini dinilai baik , dikarenakan responden menilai bahwa sepatu merek kappa memiliki tingkat dikenal yang baik dan sepatu merek kappa juga memilliki tingkat kemudahan untuk diingat kembali. Maka didapatkan hasil pengukuran kesadaran merek dengan nilai tertinggi yaitu 547 atau sebesar 72.93%.
- Sedangkan tanggapan responden mengenai ekuitas merek Sepatu Kappa yang telah dilaksanakan pada Toko Sepatu Kappa di Bandung Indah Plaza yang mendapatkan nilai tertinggi kedua yaitu tingkat loyalitas merek, dikarenakan responden memiliki tingkat kesetiaan yang baik terhadap merek Sepatu Kappa dan kesediaan responden untuk melakukan pembelian ulang terhadap merek Sepatu Kappa dinilai baik. Maka didapatkan hasil pengukuran loyalitas merek dengan nilai tertinggi kedua yaitu 535 atau sebesar 71.33%.

DATA PENJUALAN SEPATU KAPPA 2010

4541 = 378
12

378 = 94
4

94 = 47
2

$$= \frac{94 \text{ (Penjualan/Minggu)}}{1 + 94\ (0.01)}$$

$$= \frac{94}{1 + 0.94}$$

$$= 47\ (50)$$





SEKIAN DAN

TERIMAKASIH

