

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, ASOSIASI  
MEREK DAN KESETIAAN MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK  
POND'S DI JAKARTA**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**DIAJUKAN OLEH :  
NAMA : KUMALA DHARMA  
NIM : 115160348**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-  
SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA  
2020**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : KUMALA DHARMA  
NPM : 115160348  
PROGRAM/JURUSAN : S1/ MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK,  
ASOSIASI MEREK DAN KESETIAAN MEREK  
TERHADAP EKUITAS MEREK POND'S DI JAKARTA

Jakarta, 5 Januari 2020

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Herlina Budiono', with a stylized flourish at the end.

(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Kumala Dharma

NIM : 115160348

Program Studi : S1 Manajemen

**Judul Skripsi**

Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Asosiasi Merek dan Kesetiaan Merek  
terhadap Ekuitas Merek Pond's di Jakarta

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 17 Januari 2020 dan dinyatakan  
lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Andi Wijaya S.E., M.M.
2. Anggota : Herlina Budiono S.E., M.M.)  
RR. Kartika Nuringsih S.E., M.Si

Jakarta, 22 Januari 2020

Pembimbing



(Herlina Budiono S.E., M.M.)

## ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS

JAKARTA

(A) Kumala Dharma (115160348)

(B) THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, BRAND ASSOCIATION AND BRAND LOYALTY TOWARD BRAND EQUITY OF POND'S IN JAKARTA

(C) xiv + 135 page ; table 23 ; picture 9 ; attachment 3

(D) Marketing Management

(E) Abstract: *The purpose of this study is to find out 1) whether brand awareness can affect brand equity 2) whether brand image can affect brand equity 3) whether brand associations can affect brand equity 4) whether brand loyalty can affect brand equity. The population used in this study is Pond's customers in the Jakarta area with a total sample of 170 respondents. In this study, Non-Probability Sampling is the technique method with the Convenience Sampling. The result of this study are 1) Brand Awareness could significantly influence Brand Equity 2) Brand Image could not significantly influence Brand Equity 3) Brand Association could not significantly influence Brand Equity 4) Brand Loyalty could significantly influence Brand Equity.*

(F) eference (1957-2016)

(G) Herlina Budiono, S.E., M.M.

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**JAKARTA**

(A) Kumala Dharma (115160348)

(B) PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, ASOSIASI MEREK DAN  
KESETIAAN MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK POND'S DI JAKARTA

(C) xiv + halaman 135 ; tabel 23 ; gambar 9 ; lampiran 3

(D) ANAJEMEN PEMASARAN

(E) Abstrak: Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui 1) apakah Kesadaran Merek dapat mempengaruhi Ekuitas Merek 2) apakah Citra Merek dapat mempengaruhi Ekuitas Merek 3) apakah Asosiasi Merek dapat mempengaruhi Ekuitas Merek 4) apakah Kesetiaan Merek dapat mempengaruhi Ekuitas Merek. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Pond's yang berada di wilayah Jakarta dengan total jumlah sampel sebanyak 170 responden. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Convenience Sampling*. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa 1) Kesadaran Merek dapat mempengaruhi Ekuitas Merek secara signifikan 2) Citra Merek tidak dapat mempengaruhi Ekuitas Merek secara signifikan 3) Asosiasi Merek tidak dapat mempengaruhi Ekuitas Merek secara signifikan 4) Kesetiaan Merek dapat mempengaruhi Ekuitas Merek secara signifikan.

(F) after Bacaan (1957-2016)

(G) Herlina Budiono, S.E., M.M.