

ABSTRAK

Siti Dewi 'Aini, NIM. 7203510040, Analisis Persaingan Usaha Merek Rokok Gudang Garam, Djarum, dan Hm Sampoerna Menggunakan Model Analisis Kategori Berdasarkan Ekuitas Merek (Studi Pada Konsumen Rokok di Kecamatan Medan Tembung). Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2024.

Dalam bersaing memperebutkan pangsa pasar, perusahaan perlu memahami bagaimana letak posisi mereka bukan hanya pada Ekuitas Merek, melainkan juga pada setiap indikator – indikator dari Ekuitas Merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mengetahui posisi dan keunggulan merek rokok Gudang Garam, Djarum dan HM Sampoerna berdasarkan variabel Ekuitas Merek yang terdiri dari Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kulaitas dan Loyalitas Merek dan setiap indikatornya. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Medan Tembung dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang berisi 42 pernyataan yang disebarikan kepada 100 responden yang merokok. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif Persentase dan Analisis Kategori menggunakan IBM SPSS Statistik 23. Hasil penelitian menunjukkan tingkat persaingan merek rokok tidak memiliki posisi dan keunggulan yang sama dalam persaingan berdasarkan variabel Ekuitas Merek dan indikatornya berdasarkan Analisis Deskriptif persentase. Pada hasil Analisis Kategori ketiga merek rokok tidak memiliki posisi dan keunggulan yang sama pada indikator dan variabel ekuitas merek. Tetapi Gudang Garam dan HM Sampoerna memiliki keunggulan yang sama pada indikator Kesadaran Merek.

Kata Kunci : Ekuitas Merek , Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kulaitas, Loyalitas Merek

THE
Character Building
UNIVERSITY

ABSTRACT

Siti Dewi 'Aini, NIM. 7203510040, Analysis of Business Competition of Cigarette Brands of Gudang Garam, Djarum, and Hm Sampoerna Using a Category Analysis Model Based on Brand Equity (Study on Cigarette Consumers in Medan Tembung District). Department of Management, Faculty of Economics, Medan State University 2024.

In competing for market share, companies need to understand how their position lies not only in Brand Equity, but also in each indicator of Brand Equity. This study aims to analyze and determine the position and superiority of Gudang Garam, Djarum and HM Sampoerna cigarette brands based on Brand Equity variables consisting of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality and Brand Loyalty and each indicator. This research was conducted in Medan Tembung District with sampling techniques using Nonprobability Sampling with Purposive Sampling approach. Data collection using a questionnaire containing 42 statements distributed to 100 respondents who smoke. The analysis method used is Percentage Descriptive Analysis and Category Analysis using IBM SPSS Statistics 23. The results showed that the level of cigarette brand competition did not have the same position and advantage in competition based on the Brand Equity variable and its indicators based on percentage Descriptive Analysis. In the results of Category Analysis the three cigarette brands do not have the same position and superiority in brand equity indicators and variables. But Gudang Garam and HM Sampoerna have the same advantage in the Brand Awareness indicator.

Keyword : Brand Equity, Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty

THE
Character Building
UNIVERSITY