

## RINGKASAN

ANNISA AZLINA. Analisis Ekuitas Merek Minuman Jus *Cold-press* Merek Rejuve. Dibimbing oleh HARTOYO dan KIRBRANDOKO

Penelitian ini bertujuan menganalisis ekuitas merek minuman jus *cold-press* Rejuve di mata pelanggan. Sebanyak 250 responden diambil sebagai sampel dengan menggunakan teknik convenience sampling. Variabel independen yang digunakan adalah produk, harga, gerai dan promosi. Variabel dependen yang digunakan yaitu ekuitas merek dan dimensi-dimensi ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran dan asosiasi merek, kesan kualitas, dan loyalitas merek. Teknik pengolahan dan analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif.

Alat bantu analisis yang digunakan adalah SEM menggunakan *software* LISREL 8.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran dan asosiasi merek. Produk, gerai dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesan kualitas. Produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Dan terdapat pengaruh positif pada seluruh dimensi ekuitas merek terhadap ekuitas merek, namun hanya kesan kualitas dan loyalitas merek yang berpengaruh secara signifikan.

Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik upaya-upaya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan maka akan meningkatkan dan memperkuat ekuitas merek di mata pelanggan.

Kata kunci: bauran pemasaran, ekuitas merek, SEM

