PENGARUH BRAND FAVORABILITY DAN BRAND UNIQUINESS TERHADAP CITRA MEREK
(Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Toserba Gunasalma Kawali)

ARTIKEL

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata 1

Oleh,
LAILA NURFITRI
3402180355

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022

PENGARUH BRAND FAVORABILITY DAN BRAND UNIQUINESS TERHADAP CITRA MEREK
(Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Toserba Gunasalma Kawali)

Laila Nurfitri [1], H.Oyon [2] , Faisal Haris [3]
[123] Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
Lailanurfitri1@gmail.com

ABSTRAK

Keinginan wanita untuk tampil cantik membuat para pelaku usaha memanfaatkan keadaan tersebut namun ada beberapa pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana pengaruh keunggulan/kesukaan merek terhadap citra merek pada Wardah di Toserba Gunasalma Kawali?; Bagaimana pengaruh keunikan merek terhadap citra merek Pada Wardah di Toserba Gunasalma Kawali?; Bagaimana pengaruh keunggulan/kesukaan merek dan keunikan merek terhadap citra merek di Toserba Gunasalma Kawali?. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah *Brand Favorability* dan *Brand Uniquiness* berpengaruh terhadap Citra Merek. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey yang bersipat deskriptif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.262 orang dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 orrang. Sedangkan untuk mengalisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji t, analisis koefisien korelasi berganda, dan uji F. Adapun hasil dari analisi koefisien korelasi berganda yaitu sebesar 0,930. Berdasarkan tabel angka 0,930 berada antara 0,80-1000 yang artinya sangat kuat. Maka dapat disimpulkan bahwa *Brand Favorability* dan *Brand Uniquiness* memiliki korelasi terhadap Citra Merek dengan Sangat Kuat. Saran dari peneliti dalam penelitian ini yaitu : Untuk meningkatkan *Brand Favorability*, pihak perusahaan harus lebih memperhatikan dari aspek kepercayaan Caranya dengan tetap konsisten dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk kosmetik wardah; Untuk meningkatkan *Brand Uniquiness*, sebaiknya perusahaan harus meningkatkan keunikan pada merek wardah dibandingkan dengan merek lain Caranya produk kosmetik Wardah harus tetap berinovasi dalam mencipkan produk-produk kosmetik serta mempertahankan keunikan yang dimiliki oleh produk kosmetik Wardah; Untuk meningkatkan citra merek, sebaiknya perusahaan harus meningkatkan keuntungan konsumen (consumer benefits) Caranya bahwa keunggulan dan keunikan yang dimiliki oleh produk kosmetik Wardah harus tetap dipertahankan agar konsumen tetap percaya dan yakin bahwa pilihannya untuk menggunakan produk kosmetik Wardah adalah pilihan terbaik dan tepat dengan mempertahankan kualitas yang dimiliki produk kosmetik Wardah.

Kata kunci : Brand Favorability, Brand Uniquiness, dan Citra Merek

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, A. David. 2013. Manajemen Ekuitas Merek. Alih Bahasa: Aris Ananda, (2013), Spektrum Mitra Utama, Jakarta.

Ali, Hasan . 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (CenterForAcademicPublishingService)

Asmara Oloan & suri amalia.(2017) pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk di kota langsa. Jurnal manajemen dan keuangan: Sniversitas Samudra

Indarto, Adrian Thomson. "Pengaruh Citra Merek Pada Kesediaan Konsumen Untuk Membayar Harga Premium Produk Starbucks." (2016): 1-12

Kotler, Philip (2005). Manajemen Pemasaran, edisi 11, Jilid 2, Jakarta : Prenhalindo

Kotler,K (2009). *Manajemen Pemasaran 1* (Ketiga belas ed.). Jakarta: Erlangga

Lorensia, Karunia. T. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Genki Sushi Surabaya. *Program Manajemen Perhotelan, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,*, 121-131.

Netemeyer, R. G., Krishnan, B., Pullig, C., Wang, G., Yagci, M., Dean, D., ... & Wirth, F. (2004). Developing and validating measures of facets of customer-based brand equity. Journal of business research, 57(2), 209-224.

Rangkuti, Freddy (2002), Measuring Customer Satisfaction, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Tanudiredja, Calvin, Krisna Wibisono, and Adriana Aprillia. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dapur Cokelat Biliton Surabaya." *Jurnal Hospitality dan Manajemen*