

## INTISARI

Merek merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung sebuah produk agar dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat. Adalah *memorability*, *uniqueness*, *pronounceability*, *image*, *consistency with overall branding strategy* merupakan beberapa faktor yang banyak dipertimbangkan perusahaan untuk menganalisa merek yang akan dilekatkan pada produknya. Dengan menganalisa mereknya, perusahaan dapat mengetahui apakah mereknya benar-benar sudah tepat untuk produknya.

Penelitian lain yang dijadikan referensi adalah penelitian yang dilakukan Khusniyah Purwani (2004). sampel diambil dari mahasiswa UMY yang mengetahui atau menggunakan sabun merek Attack. penelitian ini mengambil sampel 100 responden dan memakai metode *convenience sampling*.

Berdasarkan uji analisis faktor menunjukkan bahwa dari 15 item pertanyaan memunculkan 6 komponen penting, artinya dalam penamaan merek Attack yang terdiri dari lima sifat terdapat 6 komponen penting yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek Attack, dan dari lima sifat tersebut yang paling menonjol adalah *pronounceability*. Hasil penelitian ini menunjukkan sifat *memorability*, *pronounceability* dan *image* yang kuat sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sedangkan *uniqueness* dan *consistency with overall branding strategy* tidak terbukti berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa nama merek Attack mudah diingat, memiliki keunikan ucapan, mudah diucapkan (dilafalkan), memiliki image yang baik, dan memiliki branding yang konsisten. Berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa nama merek Attack adalah sebuah merek yang bagus.

Kata kunci : *Memorability, Uniqueness, Pronounceability, Image, Consistency With Overall Branding Strategy*