

INTISARI

Asosiasi merek merupakan dasar untuk kualitas pembentukan citra merek dan ekuitas merek. Bagi pemasar asosiasi merek berguna dalam banyak hal, terutama untuk pengambilan keputusan dan perluasan merek produknya. Sedangkan bagi konsumen bisa dijadikan untuk dasar bagi pemilihan merek yang bermanfaat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dengan menggunakan 100 responden yaitu Mahasiswa UMY Yogyakarta. Penelitian ini mencoba mengidentifikasi asosiasi merek dari kartu perdana AS, Jempol, dan IM3 metode cochrane hasil penelitian menunjukkan Asosiasi merek kartu perdana AS yang paling diingat konsumen adalah memiliki teknologi yang canggih, bebas roaming nasional, mudah digunakan, hemat SMS, isi ulang yang mudah dan banyak bonusnya. Asosiasi merek kartu perdana Jempol yang paling diingat konsumen adalah berkualitas, memiliki teknologi yang canggih, bebas roaming nasional, jaringan kuat, mudah digunakan, harga yang terjangkau dan hemat telepon. Asosiasi merek kartu perdana IM3 yang paling diingat konsumen adalah jaringan yang kuat, bebas roaming nasional, memiliki fitur layanan yang lengkap, mudah digunakan, harga yang terjangkau, hemat telepon, hemat SMS dan banyak bonusnya.

Penelitian ini juga memetakan asosiasi masing-masing merek kartu perdana berdasar kategori konsumen melalui pendekatan Chi Square test hasilnya yaitu terdapat perbedaan asosiasi merek pada produk kartu perdana AS, Jempol dan IM3 berdasarkan karakteristik responden (jenis kelamin, uang saku dan usia).

Kata kunci : Ekuitas merek, citra merek, asosiasi merek

ABSTRACT

Brand Association represent basis for quality of forming of image of brand and equities brand. For distributor of brand association of useful in a lot of matter, especially for the decision making of its product brand extension and. While for consumer can be made to be elementary for worthwhile brand election fulfill the requirement and its desire. By using 100 responden that is Student of UMY Yogyakarta. This research try to identify the brand association from maiden card of AS, Jempol, and IM3 of method Cochran of result of research of showing of maiden card brand Association of most remembered by AS is a consumer is own the sophisticated technology, free of roaming national, is easy to used, economize the SMS, easy refill and a lot of its bonus. Maiden card Brand association of Jempol the most remembered by is a consumer is with quality, sophisticated have technology, free of roaming national, strong network, is easy to used, price reached and economize the telephone. Maiden card Brand association of most remembered by IM3 is a consumer is strong network, free of roaming national, owning complete futur service, is easy to used, reached price, economize the telephone, economical of SMS and a lot of bonus.

This research also map the association of each maiden card brand based on consumer category of through approach of Chi Square test its result that is there are difference of brand association of at product of card of maiden card AS, Jempol and IM3 of pursuant to characteristic responder gender, pocket money and age

Keyword : Equities brand, brand image, brand association