

ABSTRAK

Analisis Strategi Perluasan Merek Shampoo Lifebuoy Ditinjau dari Segi Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek Studi Kasus pada Masyarakat Kota Yogyakarta

Purnanditya Kusumashasta

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2008

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan tanggapan responden terhadap strategi perluasan merek antara Sabun dan Shampoo Lifebuoy ditinjau dari segi kesadaran merek, asosiasi merek dan loyalitas merek di Kota Yogyakarta.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus dan metode pengumpulan data yang dipakai adalah wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Metode untuk menganalisis penelitian ini menggunakan analisis *T test* atau uji T.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan tanggapan responden terhadap strategi perluasan merek antara sabun dan shampoo Lifebuoy ditinjau dari segi kesadaran merek, asosiasi merek dan loyalitas merek.

ABSTRACT

An Analysis on The Brand Extension Strategies of Lifebuoy Shampoo in Term of Brand Awareness, Brand Association, and Brand Loyalty A Case Study on Yogyakarta Society

Purnanditya Kusumashasta

Sanata Dharma University

2008

The aims of this research are to know the respondent perceived between the Lifebuoy Soap and Shampoo brand extension strategy in terms of brand awareness, brand association, and brand loyalty.

The research is a case study and data collected via interview, questionnaire, and documentation. The method to analyze the data is the t-test.

The results show that there are significant difference of perception on Lifebuoy shampoo brand extension strategy in terms of brand awareness, brand association, and brand loyalty.