

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Toko Roti Shereen *Cakes & Bread* Di Bandar Lampung)**

Oleh

**BAYU ADIB RUDINI UTAMA**

Shereen *cakes & bread* merupakan pemimpin pasar pada awalnya, persaingan baru yang datang dengan inovasi lebih seperti Holland dan Breadtalk merubah pangsa pasar yang ada, dari berkurangnya jumlah pelanggan hingga hilangnya pelanggan menjadi tugas rumah untuk perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh ekuitas merek pada indikator kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap kepuasan pelanggan toko roti Shereen *Cakes & Bread* di Bandar Lampung. Hipotesis kepuasan pelanggan toko roti Shereen *cakes & bread* di Bandar Lampung dipengaruhi oleh empat karakteristik Ekuitas Merek yaitu ; *kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek*.

Metode Penelitian data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan metode penarikan sampel yang dilakukan dengan cara *Purposive Judgment sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode alat analisis data secara kuantitatif menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil pengujian hipotesis secara statistik melalui regresi berganda yaitu Secara keseluruhan variabel bebas ekuitas merek yaitu ; kesadaran merek (X1), asosiasi merek (X2), persepsi kualitas (X3) dan loyalitas merek (X4) mempengaruhi kepuasan pelanggan toko roti *Shereen Cakes & Bread* di Bandar Lampung yang dapat ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi. Pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar  $R^2 = 0.474$ . Hal ini berarti sumbangan variabel X (Ekuitas Merek) berperan dalam mempengaruhi setiap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 47,4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian

Diharapkan toko roti *Shereen Cakes & Bread* dapat memperhatikan kebijakan harga sebab dari hasil penelitian yang dilakukan konsumen merasa keberatan dengan kenaikan harga yang dilakukan perusahaan sehingga perlu dilakukan kebijakan lainnya seperti inovasi produk ataupun penekanan biaya produksi.

Kata Kunci : ekuitas merek dan kepuasan pelanggan.