

ABSTRAK

Banyaknya merek yang beredar saat ini menimbulkan persaingan yang kuat antar merek-merek tersebut. Merek-merek yang ada memiliki kredibilitas yang berbeda-beda di benak konsumen yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memilih merek. Faktor-faktor kredibilitas yang diduga berpengaruh antara lain adalah kualitas, kepercayaan, nama, dan *image* dari merek tersebut. Selain itu terdapat faktor sensitivitas harga konsumen yang diduga turut mempengaruhi pemilihan merek. Tetapi belum diketahui seperti apa pengaruh dari faktor-faktor ini terhadap pemilihan merek yang ada.

Disamping itu, perlu diketahui apakah pengaruh dari kredibilitas dan sensitivitas ini sama untuk setiap kategori produk yang ada saat ini dengan *involvement* yang berbeda-beda beserta merek-merek didalamnya. Hipotesis awal menduga bahwa semakin kuat kredibilitas merek maka semakin besar peluang merek tersebut akan terpilih. Tetapi untuk sensitivitas diduga bahwa semakin sensitif konsumen terhadap perubahan harga yang terjadi, maka semakin besar peluang konsumen akan beralih ke merek lain yang lebih murah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas merek dan sensitivitas harga konsumen terhadap pemilihan merek pada tiga kategori produk, yaitu teh kemasan, shampoo, dan handphone CDMA dengan menggunakan regresi logistik multinomial dan regresi logistik binomial. Pada penelitian ini dilakukan beberapa analisis yakni analisis deskriptif, analisis tabulasi silang, dan analisis regresi logistik dengan mengujikan variabel-variabel dependen yang sama. Analisis deskriptif untuk mengetahui latar belakang dari responden, sedangkan tabulasi silang untuk mengetahui karakteristik responden yang sensitif terhadap harga.

Berdasarkan analisis regresi logistik multinomial, diketahui bahwa pada model pengaruh kredibilitas merek dan sensitivitas harga konsumen terhadap pemilihan merek pada kategori produk teh kemasan, variabel yang berpengaruh signifikan adalah kepercayaan, nama, *image*, dan sensitivitas. Sedangkan untuk model kategori produk shampoo, hanya variabel kualitas yang signifikan. Dan untuk kategori produk handphone CDMA, variabel yang signifikan mempengaruhi pemilihan merek adalah kualitas dan kepercayaan.

Berdasarkan analisis regresi logistik binomial, model pengaruh kredibilitas merek dan sensitivitas harga terhadap pemilihan merek Teh Sosro adalah $\beta_x = -27,835 + 3,928.Kepercayaan + 3,998.Nama - 2,276.Sensitivitas$; sedangkan untuk Teh Kotak adalah $\beta_x = -25,693 + 2,690.Kualitas + 2,445.Kepercayaan + 1,735.Nama + 1,458.Image$; dan untuk Fruit Tea adalah $\beta_x = -13,489 + 1,828.Kualitas + 1,451.Kepercayaan - 1,352.Sensitivitas$. Untuk model pemilihan merek Sunsilk adalah $\beta_x = -21,375 + 2,412.Kualitas + 2,145.Nama + 1,260.Image - 2,031.Sensitivitas$; sedangkan untuk merek Pantene yaitu $\beta_x = -22,143 + 2,527.Kualitas + 1,614.Kepercayaan + 1,917.Nama$; dan untuk merek Rejoice adalah $\beta_x = -15,229 + 2,683.Kualitas$. Untuk model pemilihan merek Nokia adalah $\beta_x = -20,084 + 2,522.Kepercayaan + 2,783.Nama$; sedangkan untuk merek Samsung yaitu $\beta_x = -28,342 + 2,543.Kualitas$.

Berdasarkan analisis regresi logistik multinomial, model pengaruh kredibilitas merek dan sensitivitas harga terhadap pemilihan merek pada kategori produk teh kemasan untuk merek Teh Sosro (logit 1) adalah $g_1(x) = -7,333 + 2,298.Kepercayaan\ Teh\ Sosro - 1,923.Nama\ Teh\ Sosro + 1,912.Image\ Teh\ Sosro$; dan untuk merek Teh Kotak (logit 2) adalah $g_2(x) = -2,854 + 1,428.Kepercayaan\ Teh\ Sosro - 1,423.Kepercayaan\ Fruit\ Tea - 1,883.Nama\ Teh\ Sosro + 2,703.Nama\ Teh\ Kotak - 0,815.Sensitivitas$; dengan merek Fruit Tea sebagai pembanding. Pada model pemilihan merek kategori produk shampoo untuk merek Sunsilk (logit 1) adalah $g_1(x) = 6,570 - 2,066.Kualitas\ Rejoice$; dan untuk merek Pantene (logit 2) adalah $g_2(x) = 5,789 + 2,095.Kualitas\ Pantene - 3,101.Kualitas\ Rejoice$; dengan merek Rejoice sebagai pembanding. Sedangkan pada model pemilihan merek kategori HP CDMA untuk merek Samsung (logit 2) adalah $g_2(x) = 1,376 - 2,593.A_Motorola - 14,683.B_Nokia$.

Keywords : Kredibilitas Merek, Sensitivitas Harga Konsumen, Pemilihan Merek, Regresi Logistik Multinomial, Regresi Logistik Binomial.