

ABSTRAK

Dengan banyaknya salon kecantikan di pasar saat ini mengakibatkan salon kecantikan Rudy Hadisuwarno dan Johnny Andrean menghadapi persaingan yang ketat. Di tengah persaingan tersebut, tentu saja salon kecantikan Rudy Hadisuwarno dan Johnny Andrean perlu untuk mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasarnya agar dapat terus bertahan di pasar. Untuk itu salon kecantikan Rudy Hadisuwarno dan Johnny Andrean perlu mengetahui posisinya di pasar dengan cara mengukur ekuitas merek dan ekuitas pelanggannya. Elemen – elemen ekuitas merek yang akan diteliti adalah kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, dan loyalitas merek.

Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 150 responden yang pernah menggunakan salon kecantikan tersebut. Data – data dari kuesioner selanjutnya diolah untuk mengukur kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, loyalitas merek, *customer acquisition*, *customer retention*, *add on selling* dari salon kecantikan Rudy Hadisuwarno dan Johnny Andrean.

Dari *scorecard* diperoleh nilai ekuitas total untuk Rudy Hadisuwarno adalah 2.709. Sedangkan nilai ekuitas total untuk Johnny Andrean adalah 2.692. Dari analisis statistik Z uji diketahui bahwa Rudy Hadisuwarno unggul dalam produk dan pelayanan yang cepat sehingga merek Rudy Hadisuwarno menjadi terkenal. Johnny Andrean unggul dalam harga yang terjangkau dan hasil kerja yang memuaskan.

Dari hasil Crosstab variabel – variabel yang tidak ada hubungan ketergantungan antara responden yang memilih salon kecantikan Rudy Hadisuwarno dan Johnny Andrean adalah : jenis kelamin, usia, pekerjaan, pengeluaran, salon kecantikan yang paling diingat / diketahui. Sedang variabel yang ada hubungan ketergantungan adalah salon kecantikan manakah yang paling disukai, berarti ada pengaruh antara salon kecantikan yang paling disukai dengan profil responden.

MDS (Multidimensional Scaling) merupakan suatu metode yang bertujuan untuk memetakan obyek ke dalam suatu dimensi ruang dan dengan menggunakan MDS dapat diketahui posisi dari satu salon kecantikan terhadap salon kecantikan lainnya juga keunggulan dan kelemahan dari salon kecantikan tersebut. Salon kecantikan Rudy Hadisuwarno sedikit lebih disukai daripada Johnny Andrean, dengan alasan produk, tempat dan lain - lain lebih unggul daripada Johnny Andrean. Johnny Andrean lebih unggul dari Rudy Hadisuwarno dalam hal harga dan kapster.

Dengan demikian dapat dibuat beberapa saran untuk mengelola ekuitas merek dan ekuitas pelanggan, untuk Rudy Hadisuwarno sarannya adalah membuat paket perawatan rambut dengan penawaran khusus dan tren mode rambut yang ada sedangkan saran untuk Johnny Andrean adalah meningkatkan promosi yang gencar dan menambah kapster yang terampil.