

ABSTRAK

Semakin derasnya arus kemajuan teknologi ditambah lagi inovasi di berbagai bidang termasuk makanan dan minuman diciptakan minuman sari penyegar berbentuk serbuk untuk panas dalam, adalah Adem Sari dan Segar Dingin yang mulai digemari di kalangan masyarakat, persaingan keduanya cukup ketat baik pada level distribusi maupun promosi, karena pangsa pasar yang dituju sama. Maka dari itu haruslah dikelola dengan strategi yang tepat, antara lain dengan berupaya mengelolah serta memaksimalkan pelanggan dengan ekuitas nilai, ekuitas merek, dan ekuitas retensi.

Dalam penelitian ini dipilih produk sari penyegar Adem Sari dan Segar Dingin untuk dianalisis ekuitas pelanggannya. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang pernah membeli sari penyegar Adem Sari dan Segar Dingin. Hal ini bertujuan untuk mengetahui dan membandingkan ekuitas pelanggan dari sari penyegar Adem Sari dan Segar Dingin.

Dari hasil kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan uji validitas konvergen dan uji reliabilitas terhadap data yang telah diperoleh dari kuesioner. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam kuesioner sudah valid dan reliabel. Selain itu juga dilakukan uji validitas diskriminan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel-variabel yang ada dalam kuesioner.

Dalam penelitian ini digunakan metode analisis antara lain metode deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik demografi responden. Selain itu juga dilakukan analisis statistik dengan menggunakan uji statistik Z uji yaitu uji mean dengan dua populasi, sampel besar, dan tidak berpasangan untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara variabel-variabel yang digunakan sebagai dasar pengukuran ekuitas pelanggan Adem Sari dan Segar Dingin. Setelah itu dibuat rancangan ekuitas pelanggan dengan berdasarkan *confidence interval* dengan estimasi *pooled* untuk mengukur dan membandingkan ekuitas pelanggan kedua produk tersebut.

Dari hasil keseluruhan diketahui bahwa untuk Adem Sari didapat ekuitas nilai dengan CI 3.6518-4.3600, ekuitas merek dengan CI 3.4740-4.1084, ekuitas retensi dengan CI 3.5966-4.2206. Sedangkan untuk Segar Dingin didapat ekuitas nilai dengan CI 3.4550-4.1632, ekuitas merek dengan CI 3.5191-4.1571, ekuitas retensi dengan 3.4265-4.0505. pengolahan ekuitas pelanggan untuk ekuitas nilai didapatkan rata-rata mean untuk Adem Sari 4.00585 Segar Dingin 3.80905, untuk persepsi konsumen didapatkan rata-rata mean untuk Adem Sari 3.78567 Segar Dingin 3.85665, untuk ekuitas retensi didapatkan rata-rata mean untuk Adem Sari 3.92087 Segar Dingin 3.77665.

Dan setelah dianalisis dengan uji statistik dapat diketahui bahwa ekuitas nilai Adem Sari lebih tinggi dibanding Segar Dingin, sedangkan untuk ekuitas merek dan ekuitas retensi keduanya sama. Dengan demikian dapat dibuat beberapa saran untuk mengelola ekuitas pelanggan kedua produk tersebut.