

## ABSTRAK

Semakin tajamnya persaingan yang ada membuat para vendor semakin berusaha agar produk mereka menjadi yang terbaik di mata konsumen atau memberikan nilai yang tinggi buat konsumen. Untuk mencapai hal tersebut, maka yang dapat dilakukan oleh para *vendor*, yaitu: membangun kekuatan merek (*brand equity*), dan membina ekuitas pelanggan (*customer equity*). Membangun kekuatan merek berarti bagaimana memanage dan meng-control aset-aset merek tersebut sehingga merek tersebut memiliki pangsa pasar yang besar, loyalitas yang tinggi dan persepsi kualitas yang baik.

Membina ekuitas pelanggan berarti berupaya agar pelanggan tetap intim dengan merek serta berupaya untuk mengelola dan memaksimalkan pelanggan sebagai asset, antara lain dengan melakukan *retention*, *acquisition* dan *add on sales*. Agar Siemens dapat mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasarnya maka Siemens perlu untuk mengetahui posisinya di pasar dengan cara mengukur ekuitas merek dan pelanggannya.

Pengukuran ini dilakukan dengan cara mensurvei konsumen lewat kuesioner. Elemen-elemen ekuitas merek yang akan diteliti adalah kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek, sedangkan elemen-elemen ekuitas pelanggan yang akan diteliti adalah *customer retention*, *customer acquisition* dan *add on selling*. Dalam penelitian yang dilakukan di Surabaya ini, akan diukur ekuitas merek dan ekuitas pelanggannya untuk mereposisiakan Siemens agar dapat memenangkan persaingan.

Dari hasil yang didapatkan diketahui bahwa merek yang menempati posisi *top of mind* (41.3%) adalah Nokia, begitu juga untuk merek yang paling disukai (42%). Disusul oleh Siemens yang menempati urutan kedua untuk posisi *top of mind* (25.3%) juga untuk merek yang paling disukai (24.7%).

Berdasarkan hasil survey maka diperoleh beberapa masukan yang berupa kritik maupun saran perbaikan menurut responden yang diperlukan dan diharapkan dapat memberi sumbangan positif. Kelemahan-kelemahan yang diketahui dari responden yaitu :Desainnya kurang menarik dan monoton, cara pengoperasian ponsel yang rumit karena menunya yang kurang *user friendly*,promosi/iqlannya masih kurang, apalagi dibandingkan dengan pesaing terdekatnya. Sedangkan saran-saran yang diterima dari responden untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan tersebut :Memperbaiki desain dan dimensinya agar lebih *fashionable* dan *stylish*,memperbaiki cara pengoperasian menunya agar lebih *user friendly*,menambah frekuensi promosi/iqlan, lebih sering mengadakan pameran atau even-even khusus.