

## ABSTRAK

Indonesia merupakan pasar potensial untuk produk accu, karena tingginya angka pertumbuhan kendaraan bermotor, baik mobil ataupun sepeda motor yang total mencapai hingga 4 juta unit setiap tahun. Terlalu menariknya pasar accu, di tanah air ini yang paling dominan menguasai pasar adalah produk GS dan Yuasa. Dua merek inilah yang sering ditemui hampir di setiap toko accu. Hingga sekarang jumlah merek accu di pasaran mencapai puluhan. Sengitnya persaingan accu menimbulkan fenomena menarik, karena beberapa produsen accu ada yang sengaja meniru disain atau logo merek lain yang telah mapan. Dampaknya, di pasaran ini banyak ditemukan merek-merek accu yang nyaris sama. Untuk itu accu merek GS dan Yuasa 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 merek accu tersebut. Data-data dari kuesioner selanjutnya diolah untuk mengukur kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, loyalitas merek, *customer acquisition* dan *customer retention* dari accu merek GS dan Yuasa.

Dari hasil kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan uji validitas 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.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, analisis deskriptif untuk mengetahui latar belakang responden secara umum. Analisis statistik dengan menggunakan Z uji untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara variabel-variabel yang digunakan sebagai dasar pengukuran pada accu merek GS dan Yuasa, kemudian dibuat *scorecard* untuk mengetahui nilai ekuitas total accu merek GS dan Yuasa.

Dari *scorecard* diperoleh nilai ekuitas total untuk accu merek GS adalah 2.6589. Sedangkan nilai ekuitas total untuk accu merek Yuasa adalah 2.4214. Dari analisis statistik Z uji diketahui bahwa accu merek GS lebih unggul dalam hal accu yang paling banyak dipakai orang, accu yang tahan lama, accu yang menggunakan indikator, dan informasi yang jelas sehingga merek accu GS menjadi terkenal. Accu merek Yuasa unggul dalam hal accu yang dapat memberikan kepuasan bagi pemakai.

Dari hasil *crosstab* variabel-variabel yang tidak ada hubungan ketergantungan antara responden yang memilih accu merek GS dan Yuasa adalah: tiap berapa lama anda mengganti accu. Sedang variabel yang ada hubungan ketergantungan adalah accu merek apa yang paling disukai, berarti ada pengaruh antara merek accu yang dipakai saat ini dengan accu merek apa yang paling disukai.

Dengan demikian dapat dibuat beberapa saran untuk mengelola ekuitas merek dan ekuitas pelanggan, untuk accu merek GS sarannya adalah memberikan hadiah, mengeluarkan produk pendukung, sedangkan saran untuk accu merek Yuasa adalah membuat brosur, mencantumkan informasi yang jelas, memberikan hadiah, membuat kartu garansi, serta menambahkan indikator pada produk accu yang dipasarkan.