



**SEMINAR
NASIONAL**
EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA 2017

PROSIDING

**“Meningkatkan Daya Saing Bangsa
Melalui Kewirausahaan
dan Inovasi Bisnis”**



**Universitas Krisnadwipayana
Selasa, 25 Juli 2017**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISNADWIPAYANA**

Paper ID	Nama Peserta	Judul Makalah	Institusi	Hal.
KWH-01	1. Achsanul Qosasi 2. Erwin Permana	Pemanfaatan Wadah Berbagi Pengetahuan Untuk Membangun <i>Brand</i> Aura Umkm Fashion Di Jakarta	1. Universitas Pancasila 2. Bina Nusantara University	1
PSR-01	Febriansyah	Analisa Pemasaran Dan Persaingan Usaha Pada Inovasi Produk Samsung Smart Doorlock	Kalbis Institut Jakarta	2
AKT-01	1. Sri Opti 2. Efendri 3. Ludwina Harahap	Analisis Program <i>Tax Amnesty</i> Ditinjau Dari Motivasi Keikutsertaan Wajib Pajak	Universitas Trilogi	3
PSR-02	1. Resti Rachmawati 2. Budi Suryowati	Analisis Ekuitas Merk Dan Loyalitas Pelanggan Wardah Kosmetik	Universitas Trilogi	4
SDM-01	Maskarto Lucky Nara Rosmadi	Implementasi Peran Transfer Knowledge Dalam Mengembangkan Industri Kreatif (Studi Empiris Pada Industri Rumah Tangga Susu Karamel Cisondari Kabupaten Bandung)	Stie Kridatama Bandung	5
IEP-04	1. Rizka Ramayanti 2. Novita	Perkembangan Kinerja Umkm Sebelum Dan Sesudah Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)	Universitas Trilogi	6
PSR-08	1. Chyka Anggraini Pratiwi 2. David Adista 3. Eneng Rohmah	Kerangka Konseptual Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Grab Bike Di Wilayah Jatiwangin	Universitas Krisnadwipayana	7
KEU-02	1. Dewi Rifiyanti 2. Winda Pramita	Analisis Kinerja Keuangan Dengan	Universitas Krisnadwipayana	8



ANALISIS EKUITAS MERK DAN LOYALITAS PELANGGAN WARDAH KOSMETIK

Resti Rachmawati^{1*}, Budi Suryowati²

¹²Program Studi Manajemen, Universitas Trilogi

*Email Korespondensi: rachmawatyresti@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana ekuitas merk produk kosmetik Wardah berpengaruh terhadap loyalitas pelanggannya. Ekuitas merk dalam penelitian ini terdiri atas citra merk, kesadaran merk dan asosiasi merk. Penelitian dilakukan terhadap konsumen pengguna produk kosmetik Wardah yang tinggal di Tangerang Selatan. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 150 dengan menggunakan teknik pengambil sampel *Non Probability Sampling* yaitu *Convenience Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ketiga variable ekuitas merk secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan dari tiga variabel ekuitas merk tersebut yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Wardah adalah Asosiasi Merek.

Kata Kunci: *Citra, Kesadaran, Asosiasi, Merek dan Loyalitas*