

ABSTRAK

Maryam Al Fithriyah (096294), Pengaruh Kinerja *Line Extension* terhadap *Brand Equity* (Survei pada Konsumen NutriSari *Ready to Drink* (RTD) di Indomaret Kecamatan Sukasari Kota Bandung). Di bawah bimbingan **Drs. Girang Razati, M.Si.**

Kinerja industri minuman ringan sari buah telah mengalami pertumbuhan seiring dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia, terlihat dari munculnya merek-merek baru baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Persaingan merek di industri minuman ringan sari buah menuntut setiap pelaku industri untuk kreatif dan inovatif dalam memberikan produk kepada konsumen, demi mempertahankan merek di pasar untuk menjaga persepsi pelanggan terhadap merek tetap positif, sehingga *brand equity* pada merek terkait tetap tinggi. Merek NutriSari pada kategori RTD merupakan merek dengan *brand equity* yang rendah dibandingkan merek-merek lainnya di kategori yang sama maka perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan *brand equity* dengan memberikan produk yang inovatif melalui kinerja *line extension*.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) memperoleh gambaran mengenai kinerja *line extension* 2) memperoleh gambaran mengenai *brand equity* 3) memperoleh temuan mengenai seberapa besar pengaruh kinerja *line extension* terhadap *brand equity* NutriSari RTD. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen NutriSari RTD di *minimarket* Indomaret Kec. Sukasari Kota Bandung. Variabel independen yaitu *line extension* dan *brand equity* sebagai variabel dependen dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, verifikatif dan metode yang digunakan *explanatory survey*.

Hasil menunjukkan kinerja *line extension* berpengaruh positif terhadap *brand equity* dengan rasa merupakan faktor terbesar dalam mempengaruhi *brand equity* dan yang dipengaruhi paling besar terjadi pada *brand association*.

Kata kunci : *Line Extension, Brand Equity*

ABSTRACT

Maryam Al Fithriyah (0906294), *Influence of Performance Line Extension on Brand Equity (A Survey on the Consumers NutriSari Ready to Drink (RTD) in Indomaret Sub-Districts Sukasari Bandung). Under the advisory Drs. Girang Razati, M.Si.*

Performance of the juice soft drink industry has experienced growth as economic growth in Indonesia, seen from the emergence of new brands both domestically and abroad. Brand competition in the juice soft drink industry requires each industry players to be creative and innovative in delivering the product to the consumer, in order to maintain the brand in the market to keep the customers' perception of the brand remains positive, so that the brand equity on brand-related remains high. Brand NutriSari in RTD category is a brand with low brand equity than other brands in the same category, then is necessary to do efforts to increase brand equity by providing innovative product through performance of line extension.

This study aimed to 1) obtain an overview of the performance of line extension 2) obtain an overview of the brand equity 3) obtain findings on how much influence of performance line extensions on brand equity NutriSari RTD. Object in this study is the consumers NutriSari RTD in minimarket Indomaret sub-districts Sukasari Bandung. The independent variable is performance line extension and brand equity as the dependent variable, with the type of research is descriptive, verification, and explanatory survey method.

The results show that the performance of line extension has positive influence on the brand equity, with the flavor is the biggest factor in influencing brand equity and brand association is the most influenced.

Keywords: Line Extension, Brand Equity.