

**PENTINGNYA *BRAND AWARENESS*, DAN *BRAND LOYALTY*
DALAM LINGKUNGAN BISNIS SAAT INI**

Ringkasan Kegiatan:

Lingkungan bisnis saat ini mengalami begitu banyak sekali perubahan, terutama saat-saat di masa pandemi saat ini. Pengaruh pandemi membuat sejumlah aktivitas berubah menjadi *daring*, baik secara proses belajar-mengajar, sampai kegiatan bisnis sekali pun yang mulai banyak beralih ke *online*. Karena penetapan sejumlah peraturan untuk penumpasan virus *corona*, seperti PSBB, dsb. Secara otomatis lingkungan bisnis banyak sekali mengalami perubahan yang dapat dikatakan signifikan.

Pentingnya *brand awareness* dan *brand loyalty* di dalam persaingan bisnis saat ini menjadi sebuah hal yang penting untuk dipelajari, terutama untuk para siswa/i SMA Sekolah Kristen Kalam Kudus kelas XII yang selangkah lagi akan mengalami tahap lebih lanjut untuk masuk ke dunia perkuliahan atau pun dunia bisnis. Dengan penciptaan sebuah *brand loyalty* yang kuat dapat membuat bisnis menjadi baik dan berkemungkinan untuk dapat bertahan di era persaingan bisnis yang semakin sulit saat ini.

Pentingnya ilmu mengenai *brand* merupakan faktor yang menarik untuk dikaji guna mengembangkan ilmu dan pengetahuan terhadap para siswa/i yang mau berwirausaha atau pun bekerja di bidang yang memang memerlukannya. Kami dari tim akademisi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara melakukan kerja sama dengan SMA Sekolah Kristen Kalam Kudus berlokasi di Green Garden blok B4 no. 1, Jakarta Barat untuk memberikan sebuah *webinar* dengan menggunakan aplikasi Zoom yang diadakan pada tanggal 3 September 2021. Para peserta *webinar* ini merupakan para siswa/i kelas XII dengan total peserta sebanyak 28 siswa/i.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D.A. (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*, The Free Press, New York, NY.

Cannon, J.P., Perreault Jr., W. D., McCarthy, E.J. (2008), *Pemasaran Dasar*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.







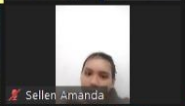







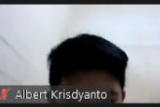










Oliver, R. L., Rust, R. T., & Varki, S. (1997). Customer delight: foundations, findings, and managerial insight. *Journal of Retailing*, 73(3), 311.

mcdonalds.co.id

LAMPIRAN 1

Foto kegiatan Webinar



 <p>LEO - SALIM</p>	 <p>Amalia Audynda</p>	 <p>Tommy Setiawan Ruslim, S.E</p>	 <p>Denny SMA GG</p>	 <p>LYDIAMARCELA12IPS</p>
 <p>Cleon Joe Hizkia</p>	 <p>Sellen Amanda</p>	 <p>XII IIS_Aurora Nastacya</p>	 <p>Shindy Charol</p>	 <p>Joseph</p>
 <p>Cheyenne</p>	 <p>Gabriella Cheryl</p>	 <p>DEVA</p>	 <p>Kevin Kurniawan</p>	 <p>Albert Krisdyanto</p>
 <p>Amory Takahiro</p>	 <p>Tracy Aurelia</p>	 <p>Nathanael</p>	 <p>Jonathan Albert hermawan</p>	 <p>Samuel Gunawan</p>
 <p>Meigita Natasastra</p>	 <p>Theo</p>	 <p>Angelica Ceicilia</p>	 <p>frain</p>	 <p>Feliciana</p>

LAMPIRAN 2

PARA PESERTA WEBINAR

No.	Nama	Status Peserta	Email	No. Handphone yang Aktif
1.	Albert Krisdyanto	Pelajar	albert.krisdyanto@skkkjakarta.sch.id	088291997996
2.	AmoryTakahiro	Pelajar	fireboyunitedhd@gmail.com	085921998077
3.	Angelica Ceicilia	Pelajar	angelica.ceicilia@skkkjakarta.sch.id	087883800881
4.	Aurora Nastacya	Pelajar	aurora.nastacya@skkkjakarta.sch.id	081398605008
5.	Cheyenne	Pelajar	cheyenne.cheyenne@skkkjakarta.sch.id	088210263724
6.	Cleon Joe Hizkia	Pelajar	cleon.joe@skkkjakarta.sch.id	082167878887
7.	Efram	Pelajar	eframolexa@gmail.com	087875404833
8.	Feliciana Putri	Pelajar	feliciana.putri@skkkjakarta.sch.id	088298801695
9.	Gabriella Cheryl	Pelajar	gabriella.cheryl@gmail.com	087774214089
10	Immanuel Sugiarto	Pelajar	immanuel.sugiarto@skkkjakarta.sch.id	087875084171
11	Jansen	Pelajar	yansenaja990@gmail.com	085157055289
12	Jessyca	Pelajar	jessyca.jessyca@skkkjakarta.sch.id	08988673325
13	Jonathan A	Pelajar	Jonathan.albert@skkkjakarta.sch.id	088219604378
14	Joseph Sandika	Pelajar	joseph.sandika@skkkjakarta.sch.id	081295778352
15	Kevin Kurniawan	Pelajar	kurniawankevin123@gmail.com	081311598936
16	Lydia Marcela	Pelajar	lydia.marcela@skkkjakata.sch.id	089682149638
17	Meigita Natasastra	Pelajar	meigita.natasastra@skkkjakarta.sch.id	0881025468586
18	Nathanael kusuma	Pelajar	nathanael.kusuma@skkkjakarta.sch.id	085855556855
19	Raffael Waraney	Pelajar	raffael.waraney@skkkjakarta.sch.id	087876086075
20	Richard Samuel	Pelajar	richard.samuel@skkkjakarta.sch.id	085710838817
21	Samuel Gunawan	Pelajar	samuel.gunawan@skkkjakarta.sch.id	085215313588
22	Sellen Amanda	Pelajar	Sellen.amanda@skkkjakarta.sch.id	085773579011
23	Shindy Charoline	Pelajar	Shindycharoline@gmail.com	088225673462
24	Then Deva Anjali	Pelajar	then.deva@skkkjakarta.sch.id	08119978980
25	TheodoryanLevianno Sitompul	Pelajar	Theodoryan.levianno@skkkjakarta.sch.id	089653253560
26	Tracy Aurelia	Pelajar	tracy.aurelia@skkkjakarta.sch.id	089606841119
27	Valencia Lauren	Pelajar	valencia.lauren@skkkjakarta.sch.id	089685799907
28	Vicencia Marchella Jennifer	Pelajar	vicenciamarchellaj@gmail.com	0888211177771

LAMPIRAN 3

BAHAN MATERI WEBINAR



Pentingnya *Brand Awareness* dan *Brand Loyalty* dalam Lingkungan Bisnis Saat ini

Pembicara : Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M.



www.untar.ac.id [f Untar Jakarta](https://www.facebook.com/UntarJakarta) [@UntarJakarta](https://www.instagram.com/untarjakarta) [@untarjakarta](https://www.tiktok.com/@untarjakarta)

Definisi *brand awareness*

Menurut Aaker (1991, p. 61) *brand awareness* adalah “*the ability of a potential buyer to recognize or recall that a brand is a member of a certain product category*”. Kemampuan pembeli untuk mengenali atau mengingat sebuah merek dalam kategori produk tertentu.

Menurut Keller (1993) mendefinisikan *brand awareness* sebagai “*conceptualized brand awareness as consisting of both brand recognition and brand recall*”. Kesadaran merek yang terdiri dari pengakuan merek dan ingatan seseorang tentang merek tersebut.





Sumber : mcdonalds.co.id



Sumber : Cannon, J.P., Perreault Jr., W. D., McCarthy, E.J. (2008)

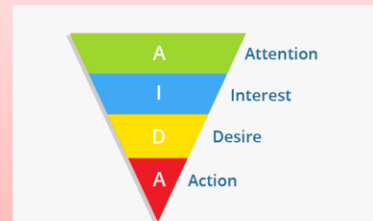


Aaker (1991), menjelaskan bahwa terdapat beberapa tahapan dalam *awareness* yaitu:

1. *Recognition* (*brand* yang dikenali).
2. *Recall* (*brand* yang dapat diingat).
3. *Top-of-mind* (*brand* yang disebutkan pertama kali).
4. *Brand dominance* (satu-satunya *brand* yang diingat).
5. *Brand knowledge* (memiliki pengetahuan tentang *brand* tersebut).
6. *Brand opinion* (memiliki pendapat tentang *brand* tersebut).

Konsep AIDA

1. *Attention* (perhatian).
2. *Interest* (ketertarikan).
3. *Desire* (Keinginan).
4. *Action* (Tindakan).



Sumber : <https://kreativv.com>

Sumber : Cannon, J.P., Perreault Jr., W. D., McCarthy, E.J. (2008)

Definisi *brand loyalty*

Menurut Aaker (1991) berpendapat bahwa *brand loyalty* “*the attachment that a customer has to a brand*”. Kecintaan yang dimiliki seorang pelanggan terhadap suatu merek.

Menurut Oliver and Rust (1997) “*brand loyalty as an intensely held commitment to purchase goods or services in a repeated and consistent manner in the future.*” Loyalitas merek adalah komitmen yang kuat untuk membeli barang atau jasa secara berulang dan konsisten di masa depan.

Indikator *brand loyalty*

- Suatu saat ketika saya membutuhkan produk ini, saya akan membeli produk “X” lagi
- Saya berniat untuk terus membeli merek “X”
- Saya berkomitmen kepada merek “X”
- Saya bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk merek “X” dari pada merek yang lain

Sumber Acuan : Chaudhuri dan Holbrook, (2001)



SMA KRISTEN KALAM KUDUS III

Jl. Daan Mogot komplek Green Garden Blok B4 No. 1-20
Kedoya Utara-Kebon Jeruk Jakarta Barat 11520
Telp. 5827066, 5817501 Fax. 5813850

* BERNAUNG DI BAWAH GEREJA KRISTEN KALAM KUDUS, BADAN HUKUM SK DIRJEN O.10/1973/No.80/1990 *

SURAT KESEDIAAN BEKERJA SAMA

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama lengkap : Sufie Hidia
Jabatan : Kepala Sekolah
Nama institusi : SMAK Kalam Kudus III
Bidang institusi : Pendidikan
Alamat institusi : Perum. Green Garden B 4 No. 1

Dengan ini menyatakan bersedia untuk bekerja sama sebagai mitra dalam pelaksanaan kegiatan program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dipimpin oleh :

Nama ketua tim : Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M.
Anggota tim : Amalia Audynda

Demikian surat pernyataan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 01 September 2021

Yang membuat



(Sufie Hidia)