

ABSTRAK

Muzammil NIM. B04208008, 2012. Strategi Membangun Ekuitas Merek Toko Lawang Surabaya.

Masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah bagaimana membangun ekuitas merek di Toko Lawang Agung Surabaya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggambarkan keadaan-keadaan atau status fenomena yang terjadi dari lapangan yang mengenai permasalahan penelitian.

Dalam menjawab permasalahan, peneliti menggunakan studi kasus yang bertujuan untuk memberikan gambaran luas dan mendalam pada perusahaan yang diteliti, yaitu memaparkan data tentang strategi membangun ekuitas merek toko lawang agung Surabaya.

Tenik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa strategi membangun ekuitas merek di Toko Lawang Agung yaitu dengan mengupayakan terciptanya atribut ekuitas merek yaitu menciptakan kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek di benak pelanggan, serta melakukan program pemasaran untuk mengoptimalkan dalam membangun ekuitas merek diantaranya dengan memberikan diskon dan melakukan promosi.