



**ABSTRAK**  
**ANALISIS ASOSIASI MEREK**  
**PRODUK BAN BRIDGESTONE**  
**(Studi Kasus Jakarta Selatan)**

A.A Ayu K. Agastini

01/219720/PEK/03649

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Asosiasi Merek yang melekat pada produk Ban Bridgestone menurut persepsi konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan melibatkan sampel sebanyak 70 orang yang diambil dengan metode pengambilan sampel non probabilita. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujuran asosiasi merek diukur dengan skala interval.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Asosiasi Merek yang melekat pada Ban Bridgestone adalah (1) Dapat Dihandalkan, (2) Digunakan untuk jalan aspal /tol, (3) Ban Bridgestone dipersepsikan dengan acara balap, (4) Ban Bridgestone adalah ban dengan performa tinggi.

Kata Kunci: Assosiasi Merek



**ABSTRACT**  
**BRAND ASSOCIATION ANALYSIS**  
**BRIDGESTONE TIRE**  
**(CASE STUDY JAKARTA SELATAN)**

A.A Ayu K. Agastini

01/219720/PEK/03649

This study aims to determine the Association of Brands inherent in Bridgestone Tire products according to consumer perceptions. The research method used is a survey method involving a sample of 70 people taken with the method of sampling non probabilita. The data were collected by questionnaires that have been tested for their validity and reliability. The branding of brand associations is measured on an interval scale.

The results of this study indicate that the Brand Association attached to the Bridgestone Tire is (1) Reliable, (2) Used for asphalt / toll road, (3) Bridgestone tires perceived premises racing, (4) Bridgestone tires are high-performance tires.

Keywords: Brand Association