

ABSTRAK

Siti Dewi Setiyaningsih, NIM. 212451, Analisis Pengambilan Keputusan *Customer* tentang Ekuitas Merk Pada Distro *Locked Target* Kudus, Program Strata 1 (S.1) Jurusan Syariah STAIN Kudus, 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Implementasi Pengambilan Keputusan *Customer* Tentang Ekuitas Merk Pada *Distro Locked Target* Kudus, 2) Pengambilan Keputusan *Customer* Memperhatikan Tentang Ekuitas Merk Pada Distro *Locked Target* Kudus, dan 3) Faktor Pendorong dan Penghambat Dalam Pengambilan Keputusan *Customer* Tentang Ekuitas Merk Pada Distro *Locked Target* Kudus.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian *field research* (penelitian lapangan) yang disajikan secara deskriptif kualitatif, yaitu yaitu menguraikan sifat atau karakteristik dari suatu fenomena tertentu. Metode Kualitatif sering digunakan untuk menghasilkan *grounded theory*, yakni teori yang timbul dari data bukan dari hipotesis-hipotesis seperti dalam metode kuantitatif. Kemudian data yang telah terkumpul akan diadakan penganalisaan dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengetahui Pengambilan Keputusan *Customer* tentang Ekuitas Merk Pada Distro *Locked Target* Kudus. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah : 1) Observasi, adalah teknik yang dilakukan secara langsung dan pencatatan secara otomatis terhadap fenomena yang diselidiki, 2) Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam satu topik tertentu, dan 3) Dokumentasi, merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Implementasi pengambilan keputusan *customer* tentang ekuitas merk pada Distro *Locked Target* Kudus adalah pertama masalah *design*, artinya model yang diberikan oleh pihak distro akan menekankan pada sisi lebih, agar *customer* menikmati dan mencintai segala produknya, kedua, dengan memberikan keunikan pada setiap produk yang dihasilkan maka *customer* akan merasa puas. 2) *Customer* memperhatikan tentang ekuitas merk pada Distro *Locked Target* Kudus dengan alasan memberikan kepuasan kepada *customer*, dengan memperhatikan design, simbol dan keunikan dari berbagai produk yang dikeluarkan oleh distro tersebut, sedangkan alasannya adalah agar *customer* puas dengan apa yang dibelinya dengan memberikan nilai tambah yang komprehensif. 3) Penghambat dalam pengambilan keputusan *customer* tentang ekuitas merk meliputi dari segi penjualan, yaitu banyaknya persaingan antara toko yang lain, kemudian banyak barang-barang (*fashion*) yang murah di toko yang lain. Adapun pendorong pengambilan keputusan *customer* tentang ekuitas merk adalah penyebaran pemesanan dari konsumen, kedua, penyebaran reseller ke berbagai kios.

Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan informasi dan masukan bagi mahasiswa, para tenaga pengajar, para peneliti dan semua pihak, terutama dalam memberi pertolongan dan motivasi kepada rekan-rekan mahasiswa agar senantiasa meningkatkan kualitas penelitian pada masa yang akan datang.

Kata kunci : Ekuitas Merk, Pengambilan Keputusan *Customer*