



SOAL TKA SMK – PEMASARAN

Materi: Ekuitas Merek (Brand Equity)

Kenali Merek,
Bangun *Loyalitas!*



Kompetensi

Menganalisis konsep dan penerapan elemen ekuitas merek dalam kegiatan pemasaran.



Materi

1

Brand Awareness

Kemampuan konsumen mengenali atau mengingat suatu merek.

2

Perceived Quality

Persepsi konsumen terhadap kualitas keseluruhan suatu produk atau merek.

3

Brand Association

Segala sesuatu yang terhubung dengan merek dalam ingatan konsumen.

4

Brand Loyalty

Tingkat keterikatan dan kesetiaan konsumen terhadap suatu merek yang mendorong pembelian ulang.



Merek yang kuat lahir dari konsumen yang percaya!

A.

PILIHAN GANDA KOMPLEKS – BENAR/SALAH

Soal 1

Sebuah kedai minuman lokal bernama “Kopi Renyah” mulai aktif mempromosikan produknya melalui TikTok dan Instagram. Dalam beberapa bulan, konsumen mulai mengenali logo, nama, dan kemasan produk tersebut. Ketika melihat logo yang digunakan, sebagian konsumen langsung dapat menyebutkan nama mereknya.

Tentukan Benar atau Salah untuk setiap pernyataan berikut.

Pernyataan	Benar	Salah
A. Kemampuan konsumen mengenali logo dan nama “Kopi Renyah” menunjukkan adanya <i>brand awareness</i> .	☐	☐
B. <i>Brand awareness</i> menunjukkan tingkat kesetiaan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.	☐	☐
C. Penggunaan logo yang konsisten dapat membantu konsumen mengenali suatu merek.	☐	☐
D. Konsumen yang mampu mengingat merek belum tentu memiliki <i>brand loyalty</i> .	☐	☐



Kunci Jawaban

- A. Benar B. Salah
C. Benar D. Benar

Soal TKA SMK

PEMASARAN

Materi: Ekuitas Merek (Brand Equity)



Kenali Merek,
Pahami Nilainya,
Raih Peluangnya!

4 Elemen Ekuitas Merek:

- 1 Brand Awareness
- 2 Perceived Quality
- 3 Brand Association
- 4 Brand Loyalty

Soal 2

Sebuah toko sepatu lokal mendapatkan banyak ulasan positif. Konsumen menilai sepatu tersebut nyaman, jahitannya rapi, bahannya kuat, dan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Akibatnya, calon pembeli menganggap produk tersebut memiliki kualitas yang baik.



Tentukan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
A. Penilaian konsumen terhadap kenyamanan dan ketahanan produk berkaitan dengan <i>perceived quality</i> .	☐	☐
B. <i>Perceived quality</i> hanya ditentukan oleh harga produk.	☐	☐
C. Ulasan positif dari konsumen dapat memengaruhi persepsi terhadap kualitas merek.	☐	☐
D. <i>Perceived quality</i> merupakan kesetiaan konsumen melakukan pembelian berulang.	☐	☐



Kunci Jawaban

A. Benar B. Salah C. Benar D. Salah

Kualitas yang baik
membangun kepercayaan!

Soal 3

Merek "Aceh Crispy" dikenal dengan kemasan berwarna hijau, slogan "Renyahnya Bikin Nagih", serta citra sebagai camilan khas Aceh. Konsumen yang mendengar nama "Aceh Crispy" langsung teringat pada camilan renyah dengan cita rasa khas daerah.



Tentukan Benar atau Salah.

Pernyataan	Benar	Salah
A. Citra khas Aceh yang muncul dalam ingatan konsumen merupakan <i>brand association</i> .	☐	☐
B. Slogan dan warna kemasan dapat menjadi bagian dari asosiasi sebuah merek.	☐	☐
C. <i>Brand association</i> hanya berkaitan dengan harga produk.	☐	☐
D. Asosiasi yang kuat dapat membantu sebuah merek memiliki identitas yang lebih mudah diingat.	☐	☐



Kunci Jawaban

A. Benar B. Benar C. Salah D. Benar

Asosiasi yang kuat
menciptakan merek
yang tak terlupakan!

Kenali Merek,
Pahami Nilainya,
Raih Peluangnya!

SOAL TKA SMK - PEMASARAN

Materi: Ekuitas Merek (Brand Equity)

Yuk,
Asah Pemahamanmu!

Soal 4

Sebuah merek sabun mandi sudah dikenal oleh sebagian besar konsumen. Ketika konsumen melihat iklan dengan logo tanpa membaca nama produknya, mereka langsung mengetahui merek tersebut.

Konsep ekuitas merek yang paling tepat berdasarkan kondisi tersebut adalah

- A Brand loyalty
- B Brand association
- C Brand awareness ✓
- D Perceived quality
- E Customer satisfaction

✓ Kunci Jawaban: C. Brand awareness



Pembahasan:

Brand awareness berkaitan dengan kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat suatu merek ketika melihat nama, logo, kemasan, atau identitas lainnya.



Soal 5

Sebuah merek tas lokal menggunakan bahan berkualitas tinggi, jahitan kuat, desain menarik, dan memberikan informasi produk secara transparan. Setelah menggunakan produk tersebut, banyak konsumen menilai bahwa tas tersebut memiliki kualitas yang baik.

Konsep yang paling sesuai dengan kondisi tersebut adalah

- A Brand awareness
- B Perceived quality ✓
- C Brand association
- D Brand loyalty
- E Brand identity

✓ Kunci Jawaban: B. Perceived quality



Pembahasan:

Perceived quality adalah persepsi atau penilaian konsumen terhadap kualitas keseluruhan suatu produk atau merek.



Merek yang kuat
lahir dari pemahaman
konsumen yang tepat!



Brand
Awareness



Perceived
Quality



Brand
Association



Brand
Loyalty



Soal 6

Rina telah menggunakan merek kosmetik tertentu selama tiga tahun. Meskipun terdapat banyak merek baru dengan harga lebih murah, Rina tetap memilih merek tersebut dan melakukan pembelian ulang karena merasa cocok dan percaya terhadap produknya.

Kondisi tersebut menunjukkan

- A Brand awareness
- B Perceived quality
- C Brand association
- D Brand loyalty**
- E Brand recognition

Sudah 3 tahun
selalu pilih
merek ini...



Kunci: D. Brand loyalty



Pembahasan:

Brand loyalty ditunjukkan melalui keterikatan konsumen terhadap merek yang mendorong mereka untuk tetap memilih dan melakukan pembelian ulang.

Soal 7

PILIHAN GANDA KOMPLEKS
Jawaban Lebih dari Satu



Petunjuk: Pilih semua jawaban yang benar.
Setiap soal memiliki lebih dari satu jawaban benar.

Sebuah UMKM makanan “Keripik Pisang Renyah” ingin meningkatkan brand awareness agar produknya lebih mudah dikenali konsumen di media sosial.

Strategi yang tepat adalah

- A** Menggunakan logo yang konsisten pada setiap media promosi.
- B** Mengganti nama merek setiap kali membuat promosi baru.
- C** Menggunakan warna dan desain visual yang konsisten.
- D** Membuat konten yang memperkenalkan nama dan karakteristik merek.
- E** Menghindari penggunaan merek pada kemasan agar terlihat sederhana.



Kunci: A, C, D



Pembahasan:

Brand awareness dapat diperkuat melalui konsistensi identitas visual dan komunikasi merek sehingga konsumen semakin mudah mengenali dan mengingat merek.



Soal 8

Sebuah toko pakaian ingin meningkatkan *perceived quality* produknya. Beberapa tindakan yang dapat dilakukan adalah

- A Menjaga kualitas bahan dan jahitan produk.
- B Memberikan informasi produk secara jujur dan lengkap.
- C Menggunakan foto produk yang menarik tetapi tidak sesuai dengan produk sebenarnya.
- D Menampilkan testimoni pelanggan yang relevan dan dapat dipercaya.
- E Mengabaikan keluhan konsumen selama penjualan tetap berlangsung.

Kunci: A, B, D

Pembahasan:
Perceived quality dibentuk oleh pengalaman dan penilaian konsumen. Kualitas produk yang konsisten, informasi yang jujur, serta pengalaman positif dapat memperkuat persepsi kualitas.

Kualitas bukan hanya terlihat, tapi juga dirasakan.



Kualitas Produk

+



Informasi Jujur

+



Pengalaman Positif

Soal 9

Sebuah kedai kopi "Kopi Kita" ingin meningkatkan *brand loyalty*. Pemilik kedai membuat program membership dan memberikan pelayanan yang konsisten kepada pelanggan. Tindakan lain yang dapat mendukung *brand loyalty* adalah

- A Memberikan penghargaan kepada pelanggan yang sering melakukan pembelian.
- B Menjaga kualitas produk agar konsisten.
- C Mengabaikan masukan pelanggan karena merek sudah dikenal.
- D Memberikan pengalaman pelanggan yang positif.
- E Mengubah kualitas produk secara tidak konsisten untuk menghemat biaya.

Kunci: A, B, D

Pembahasan:
 Loyalitas tidak hanya dibangun melalui promosi, tetapi juga melalui pengalaman positif, kualitas yang konsisten, penghargaan kepada pelanggan, dan hubungan yang baik dengan konsumen.



Penghargaan untuk Pelanggan

+



Kualitas Konsisten

+



Pengalaman Positif

+



Hubungan Baik dengan Konsumen

Pelanggan puas, loyal selamanya

Bersama Kopi Kita, lebih dari sekadar kopi



Soal 10

Sebuah merek "RasaKita" menjual makanan ringan melalui media sosial. Merek tersebut sudah cukup dikenal, memiliki kemasan yang khas, dan sering mendapatkan ulasan positif dari pelanggan. Konsumen yang sudah pernah membeli merasa puas sehingga mereka kembali membeli produk tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Berdasarkan kondisi tersebut, pernyataan yang tepat adalah

Pilih semua jawaban yang benar!

A

Kemasan yang khas dapat membantu membangun brand awareness karena memudahkan konsumen mengenali merek.

B

Ulasan positif mengenai rasa dan kualitas produk dapat memperkuat *perceived quality*.

C

Kesediaan pelanggan melakukan pembelian ulang menunjukkan adanya *brand loyalty*.

D

Rekomendasi dan pengalaman positif konsumen dapat menjadi bagian dari *brand association* yang melekat dalam ingatan konsumen.

E

Brand loyalty hanya dapat terbentuk apabila suatu merek menawarkan harga paling murah dibandingkan pesaing.

Merek yang kuat lahir dari pengalaman positif konsumen ♥



Brand Awareness



Perceived Quality



Brand Loyalty



Brand Association



Kunci Jawaban

A, B, C, dan D



Pembahasan



A benar → Kemasan yang khas membantu konsumen mengenali merek.



B benar → Penilaian positif terhadap rasa dan kualitas berkaitan dengan *perceived quality*.



C benar → Pembelian ulang menunjukkan keterikatan dan kesetiaan konsumen.



D benar → Pengalaman dan rekomendasi positif dapat menjadi asosiasi yang melekat pada merek.



E salah → Loyalitas tidak hanya ditentukan oleh harga murah, tetapi juga dapat dipengaruhi kualitas, pengalaman, kepercayaan, dan kepuasan konsumen.