

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai **Analisis Perbandingan Brand Equity Sunlight dan Mama Lemon (study kasus pada Ibu rumah tangga di kecamatan Patrang kabupaten Jember)** Sedangkan tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui perbedaan antara Produk Sunlight dan Mama Lemon pada Ibu rumah tangga di kecamatan Patrang kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan Uji T-test. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Dari hasil pengujian secara statistik yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil Uji T-test tidak ada perbedaan pada *Brand Awareness (kesadaran merek)* dan *Brand Association*. Tetapi pada *Perceived Quality (persepsi kualitas)* ada perbedaan antara produk Sunlight dan Mama Lemon.

Kata Kunci : Kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek



ABSTRACT

Sunlight and Mama Lemon Equity (case study on Housewives in Patrang sub-district Jember district) While the purpose of this study was to determine the differences between Sunlight and Mama Lemon Products in housewives in Patrang sub-district, Jember district. This study uses a T-test. Data collection is done by interview and documentation. The results of the study show that: From the results of the statistical tests performed, it can be concluded that based on the results of the T-test there is no difference in Brand Awareness and Brand Association. But on the Perceived Quality there are differences between Sunlight products. and Mama Lemon.

Keywords: Brand awareness. Perceived quality, brand association

