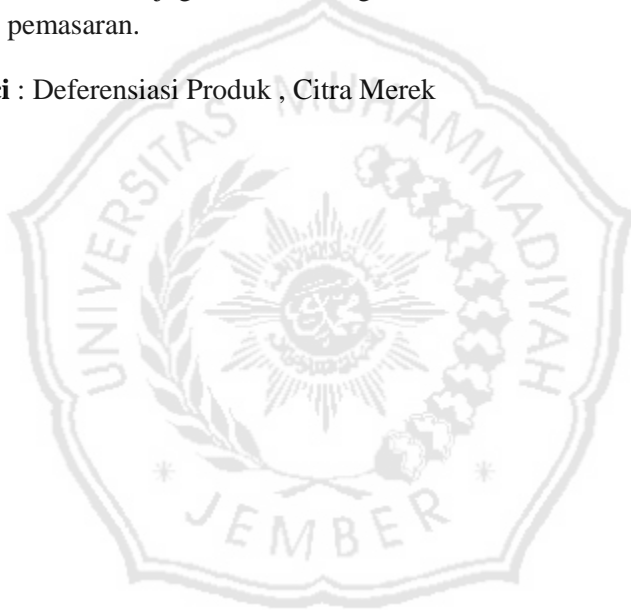


ABSTRAK

Studi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan diferensiasi produk dan citra merek pada *facial foam mens* Biore dan Garnier. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 50 responden Biore *mens*, dan 50 responden Garnier *mens*. Metode penelitian yang digunakan analisis komparatif. Hasil analisa Uji Beda menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan diferensiasi produk dan citra merek pada *facial foam mens* Biore dari Garnier. Oleh karena itu Biore *mens* dan Garnier *mens* harus tetap mempertahankan citra merek yang sangat kuat dalam persaingan yang semakin ketat dan juga lebih meningkatkan dari sisi manfaat, desain kemasan dan strategi pemasaran.

Kata Kunci : Deferensiasi Produk , Citra Merek



ABSTRACT

This research study aims to determine the comparison of product differentiation and brand image in Biore and Garnier mens facial foam. The research sample used as many as 50 respondents Biore mens, and 50 respondents Garnier mens. The research method used is comparative analysis. The results of the Difference Test showed that there were no differences in product differentiation and brand image in Mens Biore facial foam from Garnier. Therefore Biore mens and Garnier mens must maintain a very strong brand image in increasingly fierce competition and also improve in terms of benefits, packaging design and marketing strategies.

Keywords: *Product Differentiation, Brand Image*

