

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah “**Perbandingan Brand Equity Produk AMDK Ampo & Merek AMDK Al Qodiri**” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan *brand equity* beserta elemen – elemennya (loyalitas merek, kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek) antara produk AMDK merek Ampo dan Al Qodiri. Populasi dalam penelitian ini yaitu santri Bustanul Ulum Mlokorejo yang pernah menikmati produk AMDK Ampo dan Al Qodiri. Pengambilan sampel yakni menggunakan metode *Purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei, kuesioner dan dokumentasi. Analisis data menggunakan uji beda T-test. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa AMDK Al Qodiri memiliki nilai yang lebih tinggi dari pada AMDK Ampo baik itu dari segi loyalitas merek, kesadaran merek maupun asosiasi merek.

Kata Kunci : Ekuitas merek, loyalitas merek, kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek.

ABSTRACT

The title of the research is “Perbandingan Brand Equity Produk AMDK Ampo & Merek AMDK Al Qodiri” the aim of the research is to determine differences in brand equity as well as its elements (brand loyalty, brand awareness, perceived quality, brand association) between mineral water product with brand Ampo and Al Qodiri. The population on this study is santri Bustanul Ulum Mlokorejo who ever enjoyed mineral water product with brand Ampo and Al Qodiri. The sampling used the purposive sampling method with the total of respondent are 100 people. The data collection used survey, questionnair, documentation. The data analysis used is different T-test. From this study it can be concluded that Al Qodiri mineral water has the highest value than Ampo mineral water whether it in terms of brand loyalty, brand awareness, or the brand association.

Key Words : *Brand Equity, Brand Loyalty, Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association.*