

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Analisis Perbandingan *Brand Equity* Produk Sabun Cuci Piring Cair Merek Sunlight Dengan Merek Mama Lemon Pada Ozzie Mart Jember” ditulis oleh SUMBI, NIM 1510411169.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena bahwa di Indonesia saat ini terjadi persaingan merek yang sangat ketat misalnya merek sabun cuci piring cair. Merek-merek sabun cuci piring cair yang terdapat dipasaran yaitu Sunlight yang diproduksi oleh PT. Unilever, Mama Lemon dan Mama Lime yang diproduksi oleh PT. Lion Wings, SOS yang diproduksi oleh PT Tempo Scan Pacific dan sebagainya. Merek-merek tersebut bersaing dipasaran dengan menerapkan ekuitas merek untuk menciptakan nilai tambah dan menonjolkan keunggulan masing-masing produk agar dapat menarik konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Perbandingan *Brand Equity* Produk Sabun Cuci Piring Cair Merek Sunlight dengan Merek Mama Lemon. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Ozzie Mart Jember dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 110 responden. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Beda T-Test (independent samples T-Test). Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini ditemukan bahwa terdapat perbedaan ekuitas merek antara Sunlight dan Mama Lemon. Dari keempat indikator ekuitas merek (*brand equity*) terdapat satu indikator yang berbeda yaitu kesadaran merek. Oleh karena itu, agar dapat menjadi *top of mind* dibenak konsumen ketika akan membeli produk sabun cuci piring cair. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan penayangan iklan di televisi secara terus menerus serta dapat juga menggunakan *celebrity endorse* yang terkenal dan dapat berpengaruh di masyarakat.

**Kata Kunci: Ekuitas Merek, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek dan Persepsi Kualitas Merek**

## **ABSTRACT**

*This thesis entitled "Comparative Analysis of Brand Equity Liquid Dishwashing Products with Mama Lemon Brand at Ozzie Mart Jember" written by SUMBI, NIM 1510411169.*

*This research is motivated by the phenomenon that in Indonesia today there is a very tight brand competition such as liquid dishwashing brands. Liquid dishwashing brands in the market, Sunlight, are produced by PT. Unilever, Mama Lemon and Mama Lime produced by PT. Lion Wings, SOS produced by PT Tempo Scan Pacific and so on. These brands compete in the market by applying brand equity to create added value and highlight the superiority of each product in order to attract consumers.*

*This study studied to analyze the Comparison of Brand Equity of the Sunlight Brand Liquid Dishwashing Soap with the Mama Lemon Brand. This research is a quantitative descriptive study, this study involved consumers of Ozzie Mart Jember with the number of samples used as many as 110 respondents. The analysis technique used in this study is the Different T-Test Test (independent sample T-Test). Based on the results obtained from this study it was found about the brand equality between Sunlight and Mama Lemon. Of the Four Equity Indicators (Brand Equity) Therefore, in order to think about most consumers will buy dishwashing products. One way that can be done is by conducting television adverts that are continuously carried out can also use supporting celebrities who are famous and can be made in the community.*

**Keyword: Brand Equity, Brand Awareness, Brand Association, Brand Loyalty, and Brand Perceived Quality**