

ABSTRAK

ANALISIS EKUITAS MEREK *MOP BEAUTY*

Oleh:

LINDA NUR'AINI NAFSIAH

2112110120

E-mail : Lindanuraini101@gmail.com

Ekuitas merek merupakan nilai yang melekat dalam benak konsumen maka dari itu *ekuitas merek* merupakan suatu elemen yang sangat penting dalam persaingan perusahaan. Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui analisis *ekuitas merek* pada MOP Beauty berdasarkan *dimensi Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek dan loyalitas merek*. Populasi dalam penelitian ini adalah customer kecantikan yang mengenal dan mengetahui *MOP Beauty* dengan jumlah sampel sebanyak 128 responden. Metode pengambilan data menggunakan analisis deskriptif distribusi frekuensi menggunakan aplikasi SPSS versi 26, hasil dalam penelitian ini pada Kesadaran merek pada MOP Beauty masih terdapat pada posisi Unware Of Brand, pada Asosiasi merek MOP Beauty mendapatkann Create To Positive Attitude / fellings, Persepsi Kualijtas pada MOP Beauty memiliki kinerja produk dimana hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kualitas produk yang memuaskan dan pada Loyalitas merek pada MOP Beauty banyak orang merekomendasikan kepada yang lainnya.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek

ABSTRACT

ANALYSIS OF BRAND EQUITY ON MOP BEAUTY

By:

LINDA NUR'AINI NAFSIAH

2112110120

E-mail: Lindanuraini101@gmail.com

Brand equity refers to the value embedded in the minds of consumers and becomes a crucial element in business competition. The aim of this study was to analyze the brand equity of MOP Beauty based on the dimensions of *Brand Awareness*, *Perception of Quality*, *Brand Association*, and *Brand Loyalty*. The population in this study consisted of beauty customers who were familiar with MOP Beauty including a sample size of 128 respondents. The data collection method was descriptive analysis with frequency distribution through SPSS version 26. The findings showed that, firstly, Brand Awareness of MOP Beauty was still at the "Unaware of Brand" level, the Brand Association of MOP Beauty reached a Create to Positive Attitude / Feelings, the Perception of Quality indicated that the company delivered satisfying performance on the product, while many people recommended MOP Beauty to others according to the Brand Loyalty.

Keywords: Brand Awareness, Brand Association, Perception of Quality, Brand Loyalty

