

## **ABSTRACT**

### **TOKOPEDIA BRAND EQUITY ANALYSIS**

**By :  
Remi Silado**

This study aims to analyze brand equity at Tokopedia based on the dimensions of brand awareness, perceived quality, brand associations, brand loyalty and to determine what factors make up brand equity at Tokopedia. The type of research used in this research is descriptive quantitative research. The data collection method used is a questionnaire. The population in this study are Tokopedia visitors with sampling using non-probability sampling with purposive sampling technique with a sample of 100 people.

The data collection method used descriptive analysis of the frequency distribution. Most likely the consumer's assessment of the Good answer is the same for each indicator. Forming brand equity based on brand awareness has 4 indicators, perceived quality has 6 indicators, brand association has 2 indicators and brand loyalty has 5 indicators. The results of this study indicate that there is a significant relationship between each indicator.

**Keywords: Brand Awareness, Quality Perception, Brand Association, Brand Loyalty.**

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS EKUITAS MEREK PADA TOKOPEDIA**

**Oleh :**

**Remi Silado**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ekuitas merek pada Tokopedia berdasarkan dimensi kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek dan untuk mengetahui factor apakah yang membentuk ekuitas merek pada Tokopedia. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Tokopedia dengan pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel 100 orang.

Metode pengambilan data menggunakan analisis deskriptif distribusi frekuensi. Kemungkinan besar penilaian konsumen jawaban Baik adalah sama untuk setiap indikator. Pembentuk ekuitas merek berdasarkan kesadaran merek memiliki 4 indikator, persepsi kualitas memiliki 6 indikator, asosiasi merek memiliki 2 indikator dan loyalitas merek memiliki 5 indikator. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dari masing masing indikator.

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