

**ANALISIS PERBANDINGAN EKUITAS MEREK PARFUM ISI ULANG
DI KOTA PADANG**
(Studi Kasus Azzwars Dan Bandoeng Refill Perfume)

Adnin Monanda¹, Linda Wati², Wiry Utami³

Jurusmanajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

adninmonanda@gmail.com 111nda@yahoo.co.id wiryutami@bunghatta.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan ekuitas merek parfum isi ulang Azzwars dengan Bandoeng Refill perfume di Kota Padang. Populasi adalah seluruh konsumen parfum isi ulang Azzwars dan Bandoeng Refill Perfume di Kota Padang, dengan jumlah sampel sebanyak 200 orang pengguna parfum isi ulang merek Azzwars dan Bandoeng Refill Perfume di Kota Padang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Analisis data menggunakan uji beda T-test dengan uji independent sample T-test untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan ekuitas merek parfum isi ulang Azzwars dengan Bandoeng Refill Perfume di Kota Padang dilihat dari empat dimensi ekuitas merek secara keseluruhan. Sedangkan jika dilihat secara parsial, perbedaan terdapat pada dimensi kesadaran merek dan persepsi kualitas.

Kata Kunci: ekuitas merek, kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek

**THE COMPARISON ANALYSIS OF BRAND EQUITY OF REFILLS
PERFUME IN PADANG CITY
(Study Of Azzwars And Bandoeng Refill Perfume)**

Adnin Monanda¹, Linda Wati², Wiry Utami³

Student Department of Management Faculty of Economics, Bung Hatta University

*Lecture Department of Management Faculty of Economics, Bung Hatta
University*

adninmonanda@gmail.com 111nda@yahoo.co.id wiryutami@bunghatta.ac.id

Abstract. This study aims to analyze the differences brand equity of Azzwars and Bandoeng refill perfume in Padang City. The population is all consumers who used Azzwars and Bandoeng Refill Perfume, with total sample 200 consumers of Azzwars and Bandoeng Refill Perfume in Padang City. The sampling technique used is purposive sampling. Data analysis used T-test with independent sample T-test as determine the hypothesis. The results showed there are the differences in brand equity of Azzwars with Bandoeng Refill Perfume in Padang City viewed from the all of dimensions brand equity. If viewed partially, the differences sees from the dimensions of brand awareness and perceived quality.

Keywords: ***brand equity, brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty***