Analisis Perbandingan Ekuitas Merek UC Browser dengan Google Chrome pada Pengguna *Mobile Browser* di Kota Padang

Hendra Purnama Putra, Pembimbing (1) Abror, SE, ME, Ph.D
Pembimbing (2) Okki Trinanda, SE, MM
Jurusan Manajemen, Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang
Email: hendrapp@my.smccd.edu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan ekuitas merek dan elemen-elemennya pada pengguna *mobile browser* di Kota Padang. Jenis penelitian ini adalah penelitian komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang pernah menggunakan *mobile browser* UC Browser dan *mobile browser* Google Chrome. Sampel yang digunakan sebanyak 140 orang responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling.* Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara, kuesioner, dan kepustakaan. Alat analisis deskriptif dengan menggunakan uji *T-Test paired sample*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) tidak ada perbedaan kesadaran merek antara UC Browser dengan Google Chrome pada pengguna *mobile browser* di Kota Padang (2) terdapat perbedaan asosiasi merek antara UC Browser dengan Google Chrome pada pengguna *mobile browser* di Kota Padang (3) terdapat perbedaan persepsi kualitas antara UC Browser dengan Google Chrome pada pengguna *mobile browser* di Kota Padang (4) terdapat perbedaan loyalitas merek antara UC Browser dengan Google Chrome pada pengguna *mobile browser* di Kota Padang (5) terdapat perbedaan ekuitas merek antara UC Browser dengan Google Chrome pada pengguna *mobile browser* di Kota Padang.

Kata kunci: Ekuitas Merek, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek