

Analisis ekuitas merek pada PC Tablet merek Ipad 2 dan Samsung Galaxy Tab 10.1 Inchi di DKI Jakarta

Tri Vera Handayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20296752&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan inovasi teknologi yang terus berkembang untuk mendukung mobilitas masyarakat menjadi pendorong Apple dan Samsung dalam memproduksi produk baru yaitu Ipad 2 dan Samsung Galaxy Tab 10.1 Inchi. Apple dan Samsung adalah produsen gadget yang selalu bersaing untuk mencapai penjualan tertinggi disetiap negara di dunia. Merek Ipad 2 dan Samsung Galaxy Tab 10.1 Inchi adalah generasi kedua untuk menyempurnakan generasi sebelumnya. Ekuitas merek Apple dan Samsung merupakan rangkaian dari persepsi kualitas, kesadaran merek, loyalitas merek dan Asosiasi merek.

Metode analisis yang digunakan adalah Uji T untuk mengetahui ekuitas merek Ipad 2 dan Samsung Galaxy Tab 10.1 Inchi di Jakarta. Hasil penelitian ini menyarankan perlunya melakukan analisis ini di kota-kota besar lainnya di Indonesia untuk mendapatkan hasil yang signifikan.

.....The development of technological innovations that continued to evolve to supporting the mobility of society become the motivation of Apple and Samsung in producing new products that was Ipad2 and Samsung Galaxy Tab 10.1 inches. Apple and Samsung was the manufacturer of gadgets that were competing to achieve the highest sales in every country in the world. Ipad2 and Samsung Galaxy Tab 10.1inches is the second generation to improve the previous generation. Apple and Samsung's brand equity is a series of perceived quality, brand awareness, brand loyalty and brand associations.

The method of analysis used was Test E Tablet PC to know brand equity Ipad 2 and Samsung Galaxy Tab 10.1 inches in Jakarta. The results of this study suggest the need to perform this analysis in other big cities in Indonesia to obtain significant results.