

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai analisis ekuitas merek pada telepon seluler Sony Ericsson. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 45 orang warga kelurahan Kebayoran Lama Utara, Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Convenience Sampling*, sedangkan metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor.

Hasil pengujian dengan menggunakan analisis faktor menunjukkan bahwa terdapat ekuitas merek telepon seluler Sony Ericsson terbagi dalam dua faktor yaitu faktor persepsi dan manfaat dan faktor kualitas dan bentuk. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian selain ekuitas merek telepon seluler dengan lingkup penelitian yang lebih luas.

Kata kunci : Ekuitas Merek



UNIVERSITAS
MERCU BUANA