

ABSTRAK

Skincare merupakan produk yang sangat diminati oleh masyarakat. Karena perawatan kulit dan wajah sangat penting untuk tampil lebih baik, banyak perusahaan *skincare* berlomba-lomba untuk memasarkan produk mereka dengan menawarkan berbagai macam jenis *skincare* dengan berbagai macam merek. *Skincare* adalah rangkaian aktivitas yang mendukung kesehatan kulit, meningkatkan penampilan, dan meringankan kondisi kulit wajah kita. *Skincare* juga dapat menutrisi kulit untuk menghindari efek negatif dari paparan sinar matahari yang berlebihan. Somethinc dan Scarlett Whitening merupakan brand yang diminati oleh masyarakat dikarenakan salah satu faktor yaitu harganya yang terjangkau. Somethinc dan Scarlett Whitening harus mampu untuk mempertahankan brand equity.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan *brand equity* dari dua produk *skincare* Somethinc dan Scarlett Whitening melalui empat dimensi *brand equity* yaitu *brand awareness*, *brand loyalty*, *brand association*, dan *perceived quality*. Pengumpulan data akan dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 163 responden yang menggunakan Somethinc dan Scarlett Whitening. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mengetahui perbandingan *brand equity* dari keempat dimensi yang sudah dijelaskan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dan Uji Beda Mann-Whitney U-Test. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat perbedaan pada dimensi *brand awareness*, *brand loyalty*, *brand association* dan *perceived quality* antara Somethinc dan Scarlett Whitening.

Kata Kunci : *Brand Equity, Brand Awareness, Brand Loyalty, Brand Association, Perceived Quality*