

# NGHIÊN CỨU GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU BƯỞI DIỄN TRÊN THỊ TRƯỜNG HÀ NỘI

## A STUDY ON THE BRAND EQUITY OF DIEN POMELO ON HANOI MARKET

Cao Thị Thanh, Trần Thị Thanh Thảo

Đại học Công nghiệp Hà Nội

e-mail: caothanhdhcn@gmail.com

Ngày nhận bài: 09/9/2017

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 14/9/2017

Ngày chấp nhận đăng: 20/9/2017

### TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục đích xây dựng và kiểm định mô hình đo lường giá trị thương hiệu bưởi Diễn. Áp dụng phương pháp nghiên cứu định lượng, phân tích dữ liệu từ một mẫu 303 người tiêu dùng khu vực nội thành Hà Nội, kết quả nghiên cứu cho thấy, giá trị thương hiệu bưởi Diễn chịu tác động bởi bốn yếu tố, đó là: (1) Nhận biết thương hiệu, (2) Chất lượng cảm nhận, (3) Lòng trung thành thương hiệu và (4) Tính an toàn cảm nhận, trong đó, yếu tố Chất lượng cảm nhận có mức độ tác động mạnh nhất đến giá trị thương hiệu bưởi Diễn.

**Từ khóa:** giá trị thương hiệu; bưởi Diễn

### ABSTRACTS

This article aims to focus on building and testing a model of measuring the brand equity of Dien pomelo. The author analyzed data from a sample of 303 consumers in the inner city of Hanoi using quantitative research methods. Research results show that the brand equity of Dien pomelo is affected by four factors: (1) brand awareness, (2) perceived quality, (3) brand loyalty, (4) perceived safety.

**Keywords:** brand equity; Dien pomelo