

ABSTRAK

Persaingan bisnis ritel saat ini di Indonesia sangat ketat, terbukti dengan menjamurnya ritel-ritel yang tersebar luas di seluruh pelosok Indonesia baik yang bersifat lokal, nasional maupun Internasional. Jenis ritel modern yang sedang berkembang pesat di Indonesia adalah minimarket. Pada kelompok Minimarket, hanya terdapat 2 pemain besar yaitu Indomaret dan Alfamart. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui perbedaan *brand awareness*, *brand association*, *brand perceived quality*, *brand loyalty* terhadap Indomaret dan Alfamart di Kabupaten Jember. Sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dan pengumpulan data dilakukan dengan metode kuantitatif. Hasil analisis yang didapat adalah *brand awareness* minimarket Indomaret dan minimarket Alfamart diketahui tidak ada perbedaan yang signifikan. *Brand association* minimarket Indomaret dan minimarket Alfamart diketahui memiliki perbedaan yang secara signifikan. Analisis perbandingan *brand perceived quality* minimarket Indomaret dan minimarket Alfamart *brand loyalty* minimarket Indomaret dan minimarket Alfamart diketahui tidak memiliki perbedaan secara signifikan.

Kata kunci : Indomaret , Alfamart, *Brand awareness*, *Brand association*, *Brand perceived equity*, *Brand loyalty*