

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya perbedaan ekuitas merek antara Honda CBR 250RR dan Yamaha R25. Hipotesis dalam penelitian ini pengetahuan merek, kualitas merek, asumsi merek, dan kesetiaan merek pada Honda CBR 250RR dan Yamaha R25. Objek penelitian ini adalah pelanggan MPM Motor Kebonsari Jember yang memiliki jumlah populasi 80 responden dan pelanggan Yamaha Kebonsari Jember yang memiliki jumlah populasi 80 responden menggunakan teknik sensus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis (independent sample t test). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dimensi ekuitas merek yang meliputi pengetahuan merek, kualitas merek, asumsi merek, dan kesetiaan merek pada Honda CBR 250RR dan Yamaha R25.

Kata kunci: pengetahuan merek, kualitas merek, asumsi merek, dan kesetiaan merek.



ABSTRACT

This study aims to determine the differences in brand equity between the Honda CBR 250RR and Yamaha R25. The hypothesis in this study is brand knowledge, brand quality, brand assumptions, and brand loyalty on the Honda CBR 250RR and Yamaha R25. The object of this research is Kebonsari Jember Motor MPM customers who have a population of 80 respondents and Yamaha Kebonsari Jember customers who have a population of 80 respondents using census techniques. Data collection techniques used observation, interviews and questionnaires. The analysis used includes validity test, reliability test, and hypothesis test (independent sample t test). The results showed that there were differences in brand equity dimensions which included brand knowledge, brand quality, brand assumptions, and brand loyalty on the Honda CBR 250RR and Yamaha R25.

Keywords: *brand knowledge, brand quality, brand assumption, and brand loyalty.*

