

ANALISIS PERBANDINGAN EKUITAS MEREK PRODUK MOTOR MATIC MEREK HONDA DENGAN YAMAHA

Nama Mahasiswa : SITI NURKHAFIZA
NIM : 5103191381
Dosen Pembimbing : DWI ASTUTI, S.E., M.Si

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis perbandingan ekuitas merek produk motor matic merek Honda dengan Yamaha di Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah Observasional dengan cara menyebar kuesioner kepada 100 responden, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Nonprobability Sampling* dengan pendekatan *Snowball Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekuitas merek produk motor *matic* merek Honda dari indikator diferensiasi mendapatkan skor mean sebesar 4,27 digolongkan dalam kelas sangat tinggi, relevansi mendapatkan skor mean sebesar 4,16 digolongkan dalam kelas tinggi, pengetahuan mendapatkan skor mean sebesar 4,33 digolongkan dalam kelas sangat tinggi. Sedangkan ekuitas merek produk motor *matic* merek Yamaha dari indikator diferensiasi mendapatkan skor mean sebesar 4,15 digolongkan dalam kelas tinggi, relevansi mendapatkan skor mean sebesar 3,98 digolongkan dalam kelas tinggi, pengetahuan mendapatkan skor mean sebesar 4,20 digolongkan dalam kelas sangat tinggi. Maka ekuitas merek produk motor *matic* merek Honda dengan Yamaha yang paling dominan adalah pengetahuan, sedangkan ekuitas merek produk motor *matic* merek Honda dengan Yamaha yang paling rendah adalah relevansi.

Kata Kunci : Ekuitas merek, Honda, motor *matic*, produk, Yamaha

COMPARATIVE ANALYSIS OF BRAND EQUITY OF HONDA AND YAMAHA MOTORCYCLES MATIC PRODUCTS

Name of Student : SITI NURKHAFIZA
Student ID Number : 5103191381
Supervisor : DWI ASTUTI, S.E., M.Si

Abstract

This study aims to determine the comparative analysis of brand equity of Honda and Yamaha motorcycles in Bengkalis City. This type of research is observational by distributing questionnaires to 100 respondents, the sampling technique in this study was carried out by the Nonprobability Sampling technique with the Snowball Sampling approach. The results of this study indicate that the brand equity of Honda's motor matic products from the differentiation indicator gets a mean score of 4.27 classified in very high class, relevance gets a mean score of 4.16 classified in high class, knowledge gets a mean score of 4.33 classified in a very high class. Meanwhile, the brand equity of the Yamaha brand of automatic motorcycle products from the differentiation indicator got a mean score of 4.15 classified in high class, relevance got a mean score of 3.98 classified in high class, knowledge got a mean score of 4.20 classified in very high class. So, the most dominant brand equity of automatic motorcycle products with Yamaha and Honda is knowledge, while the lowest brand equity for automatic motorcycles with Yamaha and Honda is relevance.

Keywords: *Brand equity, Honda, motor matic, product, Yamaha*