

ABSTRAK

“ANALISIS PERBANDINGAN *BRAND PREFERENCE* ANTARA HONDA BRIO DAN DAIHATSU AYLA (STUDI BERDASARKAN ATRIBUT-ATRIBUT PRODUK)”

Oleh

Celin Puspita Salwa

Fenomena terciptanya *Low Cost Green Car* (LCGC) merupakan dampak dari perkembangan teknologi di bidang otomotif. Faktor yang menstimulus kecenderungan konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian yaitu atribut produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perbandingan *brand preference* antara konsumen Honda Brio dan Daihatsu Ayla ditinjau dengan atribut produknya. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* sampling dengan menggunakan teknik *purposive* sampling dengan jumlah sampel 120 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Independent Sample T-test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa terdapat perbedaan *brand preference* berdasarkan atribut produk antara konsumen mobil Honda Brio dan mobil Daihatsu Ayla dan penilaian konsumen mengenai *brand preference* berdasarkan atribut produk mobil Daihatsu Ayla lebih baik jika dibandingkan penilaian konsumen mengenai *brand preference* berdasarkan atribut produk mobil Honda Brio.

Kata Kunci : *Brand Preference*, Atribut Produk

ABSTRACT

COMPARATIVE ANALYSIS OF BRAND PREFERENCES BETWEEN HONDA BRIO AND DAIHATSU AYL (STUDY BASED ON PRODUCT ATTRIBUTES)

By:

Celin Puspita Salwa

The phenomenon of the Low-Cost Green Car (LCGC) is the impact of technological developments in the automotive sector. The stimulating factors of consumer tendencies in determining a purchase decision are product attributes. The purpose of this study was to determine the comparison of brand preferences between consumers of Honda Brio and Daihatsu Ayla in terms of product attributes. The sampling method in this research used non-probability sampling with the purposive sampling technique. The sample in this study was 120 respondents. Data analysis in this study used the Independent Sample T-test. The result of this study showed that there were differences in brand preference based on product attributes between consumers of Honda Brio and Daihatsu Ayla. Furthermore, consumer ratings of brand preferences based on product attributes of Daihatsu Ayla were better than consumer ratings of brand preferences based on product attributes of Honda Brio.

Keywords: Brand Preference, Product Attributes