

ABSTRAK

PENGARUH EVALUASI MEREK DAN HUBUNGAN MEREK PADA LOYALITAS MEREK MOTOR YAMAHA *XABRE* DI BANDAR LAMPUNG

**Oleh
Dedek Romansyah**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh evaluasi merek dan hubungan merek pada loyalitas merek motor Yamaha *Xabre* di Bandar Lampung. Metode sampel yang digunakan non probability dengan teknik *purposive sampling* yang merupakan pengguna motor Yamaha *Xabre* di Bandar Lampung sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel evaluasi merek dan hubungan merek memiliki pengaruh pada variabel loyalitas sebesar 45,4%. Saran terpenting yang diajukan dalam penelitian ini adalah Yamaha perlu mengubah kesan sebagian konsumen Yamaha *Xabre* motor yang terkesan tidak futuristik. Hal yang dapat dilakukan dengan cara mempromosikan bahwa motor ini diperuntukkan kaum milenial sehingga kesan tidak futuristik dapat hilang. Kemudian hubungan merek yang sudah terbentuk antara konsumen dengan merek Yamaha perlu diperkuat dengan program pemberitahuan kepada konsumen tentang spesifikasi produk tentang Yamaha *Xabre*. Hal yang dapat dilakukan dengan melakukan promosi dan gathering dengan mengundang pemilik motor Yamaha sehingga pemilik motor Yamaha mau belajar tentang spesifikasi Yamaha *Xabre* sehingga konsumen memiliki informasi awal untuk mengevaluasi suatu merek.

Kata Kunci : Evaluasi Merek, Hubungan Merek dan Loyalitas Merek.

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND EVALUATION AND RELATIONSHIP IN BRAND LOYALTY OF YAMAHA *XABRE* MOTORS IN BANDAR LAMPUNG

**By
Dedek Romansyah**

This study aims to determine the effect of brand evaluation and brand relations on the loyalty of the Yamaha *Xabre* motorcycle brand in Bandar Lampung. The sample method used is non probability with purposive sampling technique which is a user of Yamaha *Xabre* in Bandar Lampung as many as 100 respondents. The results of this study note that the brand evaluation variable and brand relationship have an influence on the loyalty variable of 45.4%. The most important advice put forward in this study is that Yamaha needs to change the impression of some consumers of Yamaha *Xabre* motorcycles that seem not futuristic. This can be done by promoting that this motorbike is intended for millennials so that the non-futuristic impression can be lost. Then the brand relationships that have been formed between consumers and the Yamaha brand need to be strengthened with a program of notification to consumers about product specifications about Yamaha *Xabre*. Things that can be done by conducting promotions and gatherings by inviting Yamaha motorcycle owners so that Yamaha motorbike owners want to learn about Yamaha *Xabre* specifications so that consumers have the initial information to evaluate a brand.

Keywords: Brand Evaluation, Brand Relations and Brand Loyalty.