

INTISARI

Brand awareness merupakan kemampuan dari seseorang untuk mengenali atau mengingat kembali sebuah merek dan mengaitkannya dengan satu kategori produk tertentu. Merek memegang peranan sangat penting dalam dunia bisnis, salah satunya adalah mewakili harapan konsumen pada saat kita menjanjikan sesuatu kepada konsumen. Dengan demikian dapat diketahui adanya ikatan emosional yang tercipta antara konsumen dengan perusahaan penghasil produk melalui merek. Penelitian ini bertujuan untuk melihat tingkat komperansi mana yang paling tinggi antara kedua *brand* sepeda motor yaitu Honda dengan Yamaha. Peneliti menanyakan kedua *tagline* dari masing-masing *brand* Honda dengan *tagline* “ONE HEART” dan Yamaha dengan *tagline* “SEMAKIN DI DEPAN” dan peneliti juga memperlihatkan gambar dari kedua *tagline* tersebut. Berdasarkan dari hasil analisis menunjukan bahwa Yamaha dengan *tagline* “SEMAKIN DI DEPAN” mempunyai *brand awareness* yang lebih kuat dibandingkan dengan Honda dengan *tagline* “ONE HEART”.

Kata kunci : Komperansi, *brand awareness*, Honda, Yamaha.

ABSTRACT

Brand awareness is an ability to acknowledge or remembering a brand and to connect it with another certain product. Brand holds very important role in a business world, such as representing consumer's expectations when we are promising something to consumers. With that knowledge, it's been known that there is an emotional attachment that built between consumers and company's product through brand. This research is in order to see the comparison between two brands, which are Honda and Yamaha. Researcher asks both taglines from those two brands, which is Honda with "ONE HEART" and Yamaha with "SEMAKIN DI DEPAN" and researcher also shows the pictures of those brands. Based on that analysis, it shows that Yamaha's tagline "SEMAKIN DI DEPAN" has higher brand awareness than Honda with tagline "ONE HEART".

Keywords: Comparison, brand awareness, Honda, Yamaha.