

ABSTRAK

MUSTIKA MARNAH, Tahun 2018. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Makassar, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I A. Mappatampo dan Pembimbing II Irwan Abdullah.

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh Ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla cabang Urip Sumoharjo Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang diolah adalah hasil dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla cabang Urip Sumoharjo. Metode pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dan teknik yang digunakan dalam pengambilan responden adalah *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dan uji t. Berdasarkan hasil analisis data uji t dapat disimpulkan bahwa kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla cabang Urip Sumoharjo Makassar, asosiasi merek berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla cabang Urip Sumoharjo Makassar, persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla cabang Urip Sumoharjo Makassar, loyalitas merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza pada PT. Hadji Kalla cabang Urip Sumoharjo Makassar.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Keputusan Pembelian.