

ABSTRAK

Sri Wahyu Ningsih, 2019. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Pembimbing I Moh. Aris Pasigai, Dan Pembimbing II Muh. Nur Rasyid.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa dan untuk menganalisis variabel dari ekuitas merek yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner (primer) dan beberapa observasi serta wawancara langsung dengan pihak yang terkait. Temuan penelitian menunjukkan bahwa antara ekuitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa memberikan pengaruh secara simultan. Secara parsial variabel ekuitas merek yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha adalah kinerja merek, alasannya karena memiliki nilai koefisien regresi terbesar jika dibandingkan dengan nilai koefisien regresi variabel lainnya yakni sebesar 0,379 selain itu memiliki nilai t hitung yang terbesar yakni sebesar 3,276.

Kata kunci: kinerja merek, citra sosial merek, nilai yang diterima konsumen, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian

ABSTRACT

Sri Wahyu Ningsih, 2019. *The effect of brand equity on purchasing decisions of Yamaha motorcycles at PT. Suraco jaya abadi sungguminasa branch motorbike, thesis faculty of economics and business management department of muhammadiyah university Makassar supervised by supervisor 1 moh. Aris pasigai and supervisor 1 moh. Aris pasigai SE, MM, and supervisor II Muh. Nur rasyid.*

This study aims to determine the effect of brand equity on purchase decisions Yamaha brand motorcycles in PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa and to analyze the variables of brand equity is the dominant influence on purchase decisions Yamaha brand motorcycles. The research data was obtained from questionnaires (primary) and some observations as well as interviews with relevant parties. The findings show that the brand equity of the brand purchase decisions Yamaha motorcycle at. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Sungguminasa effect simultaneously. Partially brand equity variables most dominant influence purchasing decisions Yamaha motorcycle brand is the performance brand, the reason for having the largest value of the regression coefficient when compared with other variable regression coefficient which is equal to 0,379 in addition has the largest tcount which is equal to 3,276.

Keywords: brand performance, social image of the brand, the value received by the consumer, consumer confidence, purchasing decisions