

ABSTRAK

Budi Prasetyo. 2015. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda BEAT (Studi Pada Masyarakat di Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan). Dibawah bimbingan Bambang Setiyo Pambudi dan Hadi Purnomo.

Semakin tingginya kebutuhan konsumen akan kendaraan sepeda motor menyebabkan persaingan antar produsen otomotif dalam memenuhi permintaan konsumen. Hal ini, menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan produk yang kompetitif untuk bersaing dengan produsen otomotif lainnya. berdasarkan fenomena yang terjadi sepeda motor merek Honda BEAT merupakan sepeda motor metic dengan penjualan terlaris di Indonesia dengan menempati penjualan terbanyak nomor satu dengan disusul oleh merek pesaing sepeda motor merek yamaha Mio dengan menempati posisi ke dua. Akan tetapi sepeda motor merek Honda BEAT dalam presentase top brand kalah jauh dibandingkan dengan merek pesaing Yamaha MIO. Di mana Yamaha MIO menempati posisi pertama sedangkan Honda BEAT menempati posisi ke dua. Oleh karena itu peneliti mengambil penelitian yang berjudul Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda BEAT (Studi Pada Masyarakat di Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari ekuitas merek terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jumlah sampel yang digunakan berjumlah 60 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Uji instrumen menggunakan uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik. Sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah (1) variabel ekuitas merek yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek. (2) variabel kesadaran merek dan aset merek lain tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) variabel ekuitas merek yang berpengaruh dominan dalam keputusan pembelian sepeda motor merek Honda BEAT pada masyarakat di Kecamatan lamongan Kabupaten Lamongan adalah loyalitas merek.

Kata kunci : Ekuitas Merek, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Aset Merek Lain, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Budi Prasetyo. 2015. The Effect of Brand Equity to the Buying Decision of Honda BEAT Motorcycle (Study on the Society in Lamongan Subdistrict, Lamongan Regency). Advisors: Bambang Setiyo Pambudi and Hadi Purnomo.

The increasing of consumers needs for motorcycles lead to a competition among automotive manufacturers in meeting consumers demand. It encourages the manufacturers to increase the competitive product to compete with the other automotive manufacturers. According to the happening phenomenon, Honda BEAT is the best-selling scooter in Indonesia which occupies the number one most sales that is followed by brand competitors, such as Yamaha MIO in second position. However, Honda BEAT loses with Yamaha MIO in the case of top brand percentage in which Yamaha MIO occupies the first position and Honda BEAT in the second position. Therefore, the writer conducts a study entitled The Effect of Brand Equity to the Buying Decision of Honda BEAT Motorcycle (Study on the Society in Lamongan Subdistrict, Lamongan Regency). The aim of this study is to know the effect of the brand equity to the buying decision.

This study uses a quantitative approach with the total of samples that used are 60 respondents and the technique of data collection is purposive sampling technique. The instruments test is using validity test, reliability test, and classical assumption test. Meanwhile, the data analysis is using multiple linear regression analysis.

The conclusions of this study are (1) Variables of brand equity which are influential significantly to the buying decision are brand association, perceived quality, and brand loyalty. (2) Variables of brand awareness and other brand's assets are not influential significantly to the buying decision, and (3) Variable of brand equity which influential dominantly in buying decision of Honda BEAT motorcycle on society in Lamongan Subdistrict, Lamongan Regency is brand loyalty.

Keywords: *Brand Equity, Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty, Other Brand's Assets, Buying Decision.*