

ABSTRAK**PENGARUH ELEMEN-ELEMEN *BRAND EQUITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO**

Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma

Michael Suryo Prayogo Pratomo

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario 2) Pengaruh asosiasi merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario 3) Pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario 4) Pengaruh loyalitas merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario 5) Pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa Universitas Sanata Dharma yang memiliki sepeda motor Honda Vario. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden. Teknik pengujian instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji asumsi klasik. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 1) Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Vario 2) Kesadaran Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Vario 3) Asosiasi Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Vario 4) Persepsi Kualitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Vario 5) Loyalitas Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Vario

Kata kunci: Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY ELEMENTS TOWARDS
PURCHASE DECISION OF HONDA VARIO MOTORCYCLES**

A Study at Sanata Dharma University Students

Michael Suryo Prayogo Pratomo

Sanata Dharma University

Yogyakarta 2018

This research aims to know: 1) The influence of brand awareness towards purchase decision 2) Influence of brand association towards purchase decision 3) Influence of perceived quality towards purchase decision 4) Influence of brand loyalty to purchase decision 5) The influence of brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty simultaneously towards purchase decision of Honda Vario motorcycles. The sampling technique used is purposive sampling. The criteria of the sample is Sanata Dharma University students who owns Honda Vario motorcycles. This study used a sample of 100 respondents. The data was analyzed using multiple linear regression analysis, coefficient of determination and the test of classical assumptions. The research concluded that 1) Brand Awareness, Brand Association, Quality Perception, and Brand Loyalty simultaneously influenced Purchase Decision of Honda Vario 2) Brand Awareness significantly influenced Purchase Decision of Honda Vario 3) Brand Association had no significant influence on Purchase Decision of Honda Vario 4) Perceived Quality had a significant influence on Purchase Decision of Honda Vario 5) Brand Loyalty had significant influence on Purchase Decision of Honda Vario.

Keywords: Brand Awareness, Brand Associations, Perceived Quality, Brand Loyalty, Purchase Decision