

## **Analisis Pengaruh Elemen-elemen Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian E-toll Card Bank Mandiri**

**HARVAN NUR SIDIQ SETIAWAN**

(Pembimbing : Dr. Ir Dwi Eko Waluyo, MM)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201102185@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

E-toll card adalah salah satu produk berbentuk kartu ATM yang diproduksi oleh Bank Mandiri yang digunakan untuk bertransaksi saat membayar di GTO, dan dari produk ini penulis mempunyai ide untuk membuat sebuah penelitian dengan meneliti merek dari E-toll Card Bank Mandiri dan untuk mengetahui apakah dari pengguna E-toll Card ini melihat dari merek atau hanya karena kebutuhan, kualitas dan manfaatnya. Penulis menggunakan variabel independen yang terdiri dari elemen-elemen brand equity yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas dan loyalitas merek, dan variabel dependen : keputusan pembelian. Metode yang dilakukan untuk menyelesaikan penelitian, peneliti menggunakan kuisisioner dan wawancara sedangkan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dimana metode ini digunakan untuk mencari seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dari ke empat elemen yang membentuk ekuitas merek yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, dan loyalitas merek, dari ke empat variabel independen ini menyatakan bahwa variabel loyalitas merek, kesadaran merek, dan asosiasi merek berpengaruh signifikan dengan keputusan pembelian E-toll Card. Sedangkan kesan kualitas berpengaruh signifikan tapi dengan nilai signifikan yang kecil

Kata Kunci : kesadaran merek ,asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek, dan keputusan pembelian

## **The Influence Analysis of Brand Equity Elements on Purchasing Decisions of E-toll Card Mandiri Bank**

**HARVAN NUR SIDIQ SETIAWAN**

(Lecturer : Dr. Ir Dwi Eko Waluyo, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201102185@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

E-toll card is one of product in the form of an ATM card produced by Mandiri Bank which are used for transactions when paying in GTO, and from this product the author had the idea to create a study to examine the brand of e-toll card Mandiri Bank and to determine whether the E-toll card user is viewed from the brand or just because the need, quality and benefits, The Author using independent variables consisting elements of brand equity such as of brand awareness, brand association, image quality and brand loyalty. and the dependent variable : purchasing decision

The method used to complete the study, The Author used questionnaires and interviews while analysts methods used were multiple linear regression which is the method is used to find how much the influence of the independent variable on the dependent variable. From the results of this study concluded that of the four elements that make up the brand equity such as brand awareness, brand association, image quality, and brand loyalty, the four independent variables it states that the variable of brand loyalty brand awareness and brand association have significant influence on the purchasing decision of E-toll card while the image quality has significant effect but with small significant values

**Keyword** : brand awareness, brand association, image of quality, brand loyalty and purchasing decision