

**Pengaruh Faktor-faktor Ekuitas Merek terhadap Keputusan
Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi pada PT. Prima Zirang
Utama Honda Semarang)**

SETIA SEPTIANA PUTRA

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : uchihasetia@rocketmail.com

ABSTRAK

abstrak

Riset ini dimaksudkan untuk melakukan penelitian faktor-faktor ekuitas merek yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, loyalitas merek.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian analisis terhadap data primer yang diperoleh dan diuraikan sesuai permasalahan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini. Sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh tentang antar hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel-variabel dependen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario seperti hubungan antar variabel : kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, loyalitas merek.

Keyword: kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, loyalitas merek

Kata Kunci :

**The Influence of Brand Equity Factors on Purchasing Decision of
Motorcycle `Honda Vario` (A Study at PT Prima Zirang Utama Honda
Semarang)**

SETIA SEPTIANA PUTRA

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : uchihasetia@rocketmail.com

ABSTRACT

abstrac

This research is intended to research the factors affecting brand equity purchase decisions, such as brand awareness, brand association, the impression of quality, brand loyalty.

This study includes an analysis of the types of research primary data and corresponding problems outlined hypotheses to be tested preformance this study. While hypothesis testing is done using multiple regression analysis. To get a full overview of the relationship between the independent variables and the effect on the dependent variables on purchase decisions Honda Vario like the relationship between the variables: brand awareness, brand association, the impression of quality, brand loyalty.

Keyword: brand awareness, brand association, the impression of quality, brand loyalty

Keyword :