

## ABSTRAK

Aditya Adnyana, 2013. SKRIPSI. Judul “Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Minuman Yogurt Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada PT.Kusumasatria Agrobiotani Perkasa Kota Batu-Malang)”

Pembimbing : Dr.H. Salim Al Idrus MM.,M.Ag

Kata Kunci : Analisis Pengaruh Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian

---

Analisis Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian menjelaskan setiap produk memiliki suatu *brand* yang selalu melekat, sehingga diingat dan di kenang oleh konsumen, peran merek sangat penting sebagai salah satu pertimbangan dalam memutuskan pembelian, disamping sebagai pembeda dari merek lain, merek juga berfungsi sebagai aset. Aset tersebut sangatlah penting, merek yang sudah dikenal oleh banyak orang tentu memiliki nilai aset yang tinggi. Bahkan sudah dilindungi oleh Undang-undang untuk melindungi hak cipta atas merek tertentu. Dikaitkan dengan ekuitas ini mendeskripsikan bagaimana aset-aset dari merek tersebut dalam menambah atau mengurangi liabilitas atau nilai merek tersebut. Dalam penelitian ini aset atau ekuitas yang diukur terdiri dari *brand value*, *brand strength* dan *brand description*. Yogurt adalah salah satu merek minuman berjenis yoghurt diproduksi oleh PT. Kusumasatria Agrobio Taniperkasa, salah satu perusahaan berada di Kota Batu-Malang. Berbagai jenis merek minuman yoghurt yang beredar dipasaran seperti Yakult, Nice, Chimory, Yummy yofut. Yogurt adalah salah satu merek yoghurt khususnya di kota Batu-Malang. Sehingga dari situlah akan diungkap pengaruh atas ekuitas merek yogurt dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengungkap pengaruh secara simultan atas ekuitas merek terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh secara parsial dimana akan diuji satu-per satu atas variabel *brand value*, *brand strength* dan *brand description*.

Penelitian ini bersifat kualitatif-kuantitatif dengan pendekatan inferensial dalam hal ini peneliti melakukan pengujian terhadap hipotesis yang dibangun berdasarkan kajian teori, kemudian melakukan pengumpulan data dilapangan dengan cara menyebar kuisioner dimana bersumber dari populasi atau konsumen yogurt dengan mengambil sebagian sampel menggunakan rumus Maholtra dan dilakukan pengujian yaitu analisis regresi linier berganda dan uji validitas, reliabilitas dan hasil pengujian ditarik sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan teknik statistik parametrik dengan menggunakan skala ordinal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: secara simultan 3 variabel dari ekuitas merek bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan uji secara parsial menunjukkan bahwa 1. *Brand value* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 2. *Brand strength* berpengaruh signifikan dan menjadi variabel paling dominan terhadap keputusan pembelian. 3. Diikuti variabel *Brand description* yang juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.