

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Survei pada Konsumen Lars Coffee Brewer)**

Oleh:

**Muhammad Al Qodri  
Mahasiswa Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” YOGYAKARTA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Lars Coffee Brewer. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan variabel independen yang terdiri dari ekuitas merek (*brand equity*) dan kualitas produk. Sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Metode analisis data penelitian menggunakan software acomputer IBM. Statistics SPSS.20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand equity dan kualitas produk secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Lars Coffee Brewer. Selaian itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masing-masing variabel ekuitas merek dan kualitas prdouk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Lars Coffee Brewer. Hal ini menunjukkan semakin tingginya ekuitas merek dan kualitas produk yang dimiliki Lars Coffee Brewer maka keputusan pembelian konsumennya akan meningkat.

**Kata kunci:** ekuitas merek (*brand equity*), kualitas produk dan keputusan pembelian.