

## ABSTRAKSI

Riski Setyo Wibowo, Nomor Mahasiswa 152150045, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Product Quality* Dan *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Equity* Serta *Purchase Intention* Laptop Asus” (Studi pada Siswa-siswi SMP Negeri 1 Simo Boyolali), 2019. Dosen Pembimbing I Dr. Eny Endah Pujiastuti., M.Si dan Dosen Pembimbing II Dr. Lukmono Hadi. M.S

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Berita dari Mulut ke Mulut terhadap Ekuitas Merek serta Minat Beli Laptop Asus pada siswa-siswi SMP Negeri 1 Simo Boyolali yang tidak memiliki laptop. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasinya merupakan siswa-siswi SMP Negeri 1 Simo Boyolali kelas VIIA samai VIIG yang tidak memiliki laptop. Ukuran sampel dengan 116 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling*. Teknik analisis data deskriptif dan analisis statistik inferensial menggunakan SEM AMOS dan Uji Hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Ekuitas Merek dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Ada pengaruh signifikan dari variabel Berita dari Mulut ke Mulut terhadap Ekuitas Merek dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Minat Beli dengan nilai sig  $0,040 < 0,05$ . Ada pengaruh signifikan Berita dari Mulut ke Mulut terhadap Minat Beli dengan nilai sig  $0,044 < 0,05$ . Ada pengaruh signifikan Ekuitas Merek terhadap Minat Beli dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli melalui Ekuitas Merek dan Berita dari Mulut ke Mulut terhadap Minat Beli melalui Ekuitas Merek.

Berdasarkan hasil penelitian yang disebar ke responden siswa-siswi kelas VIIA sampai VIIG SMP Negeri 1 Simo Boyolali, apabila Asus menginginkan Ekuitas Merek yang baik dan positif bagi konsumen maupun masyarakat umum terutama responden maka Asus disarankan harus mampu membuat responden atau masyarakat yang mengetahui dan sadar mengenai merek Asus untuk tertarik memiliki minat membeli dengan menciptakan produk laptop yang berkualitas seperti tahan lama dan dapat berfungsi dengan baik sehingga masyarakat dengan suka rela menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain dan terciptalah suatu *gethok tular* yang positif terhadap laptop Asus

Kata Kunci: Kualitas Produk, Berita dari Mulut ke Mulut, Ekuitas Merek, Minat Beli