ABSTRAK

DIMAS WIJANARKO. 2014.*Pengaruh Elemen-Elemen Ekuits Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi "UPN Veteran Yogyakarta"*. (DibimbingOleh DR. Yuni Istanto, M.Si,dan R. Heru Kristanto, HC, SE, M.Si,).

Penelitian ini dilatar-belakangi oleh ketatnya persaingan diindustri otomotif (motor) yang semakin bersaing. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh dari elemen-elemen ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek,terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi "UPN Veteran Yogyakarta". Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi"UPN Veteran Yogyakarta" sebagai pemakai honda scoopy. Dari populasi iniakan ditarik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagairesponden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Purposive Sampling. Dengan menggunakan rumus yang dikembangkan (Sugiyono,2006), untuk tingkat kesalahan 5%. Dengan demikian jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 Mahasiswa.Metode analisis yang digunakan olehpenulis adalah Analisis Regresi Linear Berganda.

Dari hasil penelitian ini menunjukanvariabelKesadaran merek,Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek berpengaruh positifterhadap Keputusan pembelianmotor Honda scoopy pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi "UPN Veteran Yogyakarta". Hal iniberarti bahwa variabelLoyalitas Merek adalah variabeldominan yang banyak memberikan dorongan bagi seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kesadaran merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek dan Keputusan Pembelian.