

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK BANK BPD SYARIAH KANTOR CABANG
CIK DITIRO YOGYAKARTA**

LIZA ARVITA

No. Mhs. 141090279

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta

liza.arvita@yahoo.com

ABSTRAKSI

Persaingan perusahaan saat ini tidak hanya mengarah pada atribut fungsional produk saja, juga dikaitkan dengan merek produk yang mampu memberikan citra khusus dalam benak konsumen. Setiap perusahaan selalu berkompetisi dalam meningkatkan kekuatan merek serta mempertahankan tingkat merek yang sudah ada dengan mengelola segala asset yang menjadi dasar ekuitas merek, sehingga dapat bersaing secara kompetitif di pasar global. Tujuan penelitan ini (1) untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama ekuitas merek yang meliputi kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian Nasabah pada produk Bank BPD Syariah Kantor Cabang Cik Ditiro Yogyakarta; (2) untuk mengetahui pengaruh secara parsial ekuitas merek yang meliputi kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian Nasabah pada produk Bank BPD Syariah Kantor Cabang Cik Ditiro Yogyakarta. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini adalah (1) ekuitas merek yang meliputi kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Nasabah pada produk Bank BPD Syariah Kantor Cabang Cik Ditiro Yogyakarta; (2) kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Bank BPD Syariah Kantor Cabang Cik Ditiro Yogyakarta; (3) asosiasi merek berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Bank BPD Syariah Kantor Cabang Cik Ditiro Yogyakarta; (4) persepsi Kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Bank BPD Syariah Kantor Cabang Cik Ditiro Yogyakarta; (5) loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Bank BPD Syariah Kantor Cabang Cik Ditiro Yogyakarta.

Kata kunci : kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek, keputusan pembelian, Bank BPD Syariah Yogyakarta.