

Susu adalah minuman kesehatan bagi tubuh, sehingga susu sangat penting bagi manusia dan setiap orang pasti pernah mengkonsumsinya. Banyak produsen yang akhirnya memproduksi Susu Cair Dalam Kemasan yang akhirnya menimbulkan persaingan antar produsen – produsen tersebut. Persaingan membuat produsen untuk terus memaksimalkan produknya agar konsumen tertarik dengan produknya. Salah satu yang dilakukan produsen adalah melalui Merek. Merek dengan ekuitas merek yang tinggi adalah aset yang amat berharga. Ekuitas merek yang tinggi memberikan perusahaan begitu banyak keunggulan bersaing. Elemen ekuitas merek yang di teliti di penelitian ini adalah kesadaran merek asosiasi merek persepsi kualitas dan loyalitas merek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kesadaran merek, Asosiasi merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas merek susu cair dalam kemasan “Indomilk” terhadap keputusan pembelian konsumen.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran” Yogyakarta. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa yang pernah mengkonsumsi atau membeli Susu cair dalam kemasan “Indomilk” sebanyak 150 mahasiswa. Metode yang digunakan yaitu non probability sampling.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Asosiasi merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Persepsi Kualitas mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Loyalitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan Pembelian Konsumen.

Kata Kunci : Kesadaran merek, Asosiasi Merek, Persepsi kualitas, Loyalitas, Keputusan Pembelian