

ABSTRAK

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA ADV 150 ABS (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Indostar Sukses Mandiri Medan)

OLEH:

**JESICA
160311024**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda ADV150 ABS pada PT. Indostar Sukses Mandiri Medan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian adalah bagaimana pengaruh ekuitas merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda ADV 150 ABS pada PT. Indostar Sukses Mandiri Medan dimana penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan metode statistik. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Indostar Sukses Mandiri Medan. Hasil penelitian berdasarkan uji-t parsial untuk pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh t hitung $-1,101$ dan t tabel sebesar $1,688$ sedangkan untuk pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh t hitung $12,042$ dan t tabel sebesar $1,688$. Dengan membandingkan F hitung sebesar $122,923$ dengan nilai F tabel = $3,14$ artinya efektivitas ekuitas merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan pada PT. Indostar Sukses Mandiri Medan bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar $0,793$. Hal ini berarti $79,3\%$ keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel ekuitas merek dan harga sedangkan sisanya yaitu $20,7\%$ keputusan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya diluar penelitian ini, misalnya lokasi, loyalitas dll.

Kata kunci : ekuitas merek, harga dan keputusan pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF A HONDA ADV 150 MOTORCYCLE

(Study on the Consumer of PT. Indostar Sukses Mandiri Medan)

**BY:
JESICA
160311024**

This study aims to determine the effect of brand equity and price on purchasing decisions for Honda ADV 150 ABS motorcycle PT. Indostar Sukses Mandiri Medan. The formulation of the problem in the study is how the influence of brand equity and price on the purchase decision of a Honda ADV 150 ABS motorcycle at PT. Indostar Sukses Mandiri Medan where this research uses descriptive analysis methods and statistical methods. The data used in this study are primary data and secondary data. The population in this study were customers at PT. Indostar Sukses Mandiri Medan. The results of the research based on the partial t-test for the effect of brand equity on purchasing decisions are shown by t count - 1,101 and t table of 1,688, while the effect of price on purchasing decisions is shown by t count 12,042 and t table of 1,688. By comparing F count amounting to 122.923 with F table = 3.14 means that the effectiveness of brand equity and price has a significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination (R²) shows that PT. Indostar Sukses Mandiri Medan that the coefficient of determination (R²) is 0.793. This means that 79.3% of purchasing decisions can be explained by brand equity and price variables, while the remaining 20.7% of decisions are influenced by other variables outside of this study, for example location, loyalty etc.

Keywords: brand equity, price and purchase decision