

## ABSTRAK

Penelitian tentang Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Tahun 2014, tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ekuitas merek Teh Botol Sosro, serta bagaimana tanggapan konsumen terhadap ekuitas merek Teh Botol Sosro, kemudian bagaimana keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan tahun 2014.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan sumber data berdasarkan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner dan studi kepustakaan, uji data menggunakan uji validitas, uji realibilitas dan uji normalitas, alat analisis data menggunakan regresi linier sederhana, dengan penguatan perhitungan korelasi untuk menentukan hubungan kedua variabel  $x$  (ekuitas merek) dan variabel  $y$  (keputusan pembelian).

Kesimpulannya adalah Hasil pengolahan data tanggapan responden secara keseluruhan untuk ekuitas merek menghasilkan 81,85% yang dikatakan bahwa nilai tersebut berada pada kategori setuju. Karena ada dalam rentang nilai 81,28% - 100%. Berdasarkan garis kontinum hasilnya dapat dilihat bahwa tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro berminat yaitu sebesar 81,46% yang berada diantara 81,27%-100%.

Perhitungan statistik dengan menggunakan rumus Pearson sebagai justifikasi dari penelitian ini, menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara ekuitas merek Sosro dengan keputusan pembelian konsumen ( $r = 0,780$ ), berada pada rentang 0,6-0,799. Sedangkan dari hasil uji statistik dan perhitungan koefisien determinasi dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh ekuitas merek Sosro terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut yaitu sebesar 60,8% sedangkan sisanya sebesar 39,2% adalah pengaruh faktor-faktor lain yang belum diteliti. Faktor-faktor tersebut antara lain : faktor situasional, emosi konsumen pada saat membeli, efektivitas periklanan, dan lainnya. Hasil pengolahan data regresi linear sederhana menghasilkan persamaan  $Y=4,410+0,469X$ . Nilai  $a$  sebesar 4,410 dibagi dengan 7 item pernyataan kuesioner keputusan pembelian menghasilkan sebesar 0,63 dapat disimpulkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari ekuitas merek Teh Botol Sosro konsumen tidak setuju untuk membeli Teh Botol. Nilai  $b$  sebesar 0,469 jika dihubungkan dengan skala penilaian ( $X$ ) apabila terjadi peningkatan ekuitas Teh Botol Sosro sebesar 1 skala/tingkat maka keputusan pembelian konsumen juga akan ikut berubah sebesar 0,469.