

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyak jumlah situs jual beli *online* di Indonesia yang menawarkan fitur dan kelebihan yang beragam, KASKUS dengan situs jual beli online yaitu Forum Jual Beli merupakan salah satu dari situs jual beli online yang ada di Indonesia.

Banyaknya situs jual beli *online* di Indonesia menyebabkan banyak pula alternatif pilihan untuk menggunakan situs tersebut. Pada situasi inilah peranan merek sangat dibutuhkan. Menurut Rangkuti (2009:15) menyatakan bahwa merek menjadi faktor penting dalam persaingan dan menjadi aset perusahaan yang bernilai. *Brand equity* menjadi sangat penting bagi pemasar dikarenakan dapat meningkatkan preferensi konsumen terhadap sebuah merek. Analisis *brand equity* merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi untuk menyusun strategi agar merek tersebut menjadi merek yang kuat.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan metode *accidental sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t.

Tanggapan responden mengenai *brand equity* KASKUS adalah **Baik**. Hasil Uji f menunjukkan bahwa *brand equity* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Forum Jual Beli. Hasil Uji t menunjukkan terdapat 3 variabel yang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan yaitu variabel *brand awareness*, *brand association* dan *brand loyalty*, sedangkan variabel *perceived quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan. Nilai koefisien determinasi sebesar 65 %, nilai tersebut dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh *brand equity* KASKUS terhadap penggunaan Forum Jual Beli adalah sebesar 65 %, sedangkan sisa sebesar 35 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Brand Equity, Uses and Gratification, Kaskus, Jual Beli Online*