

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DEALER
HONDA CV. ANUGERAH UTAMA KOTA GORONTALO**

OLEH

ZIDAN APRIANSYAH HASAN

NIM : 931 416 023

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I

Pembimbing II



Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si

NIP. 197901302003121002

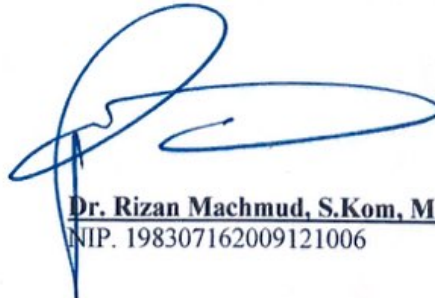


Andi Juanna, S.Pd, M.Sc

NIP. 198411262010121004

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si

NIP. 198307162009121006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DEALER HONDA CV.
ANUGERAH MOTOR
KOTA GORONTALO

Oleh
Zidan Apriansyah Hasan
NIM. 931416023

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Senin, 10 Agustus 2020

Waktu : 13:00:00

Penguji

1. TINEKE WOLOK, ST.,M.M.
NIP.197305232006042002

1.....
Ferrich

2. Umin Kango, S.Pd, M.Si
NIP.197910122005012001

2.....
A-

3. DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si
NIP.197901302003121002

3.....
[Signature]

4. ANDI JUANNA, S.Pd.,M.Sc
NIP.198411262010121004

4.....
[Signature]

Mengetahui:

Dekan FAKULTAS EKONOMI


Dr. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.
NIP. 197201252006041002

ABSTRAK

Zidan Apriansyah Hasan. NIM. 931416023. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Honda Kota Gorontalo. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan bapak Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si dan Andi Juanna, S.Pd, M.Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Kota Gorontalo, baik secara simultan maupun parsial. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 konsumen yang pernah berkunjung ke Dealer Cv. Anugerah Motor Kota Gorontalo dengan cara menyebar kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria sampel yang telah ditentukan sehingga data dalam penelitian ini merupakan data primer. Analisis data dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel bebas (EkuitasMerek) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (KeputusanPembelian) sebesar 0,600. Kemudian nilai R square adalah sebesar 0,360. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 36% variabel KeputusanPembelian dapat dijelaskan oleh EkuitasMerek, sedangkan sisanya sebesar 64% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: EkuitasMerek, KeputusanPembelian.

ABSTRACT

Zidan Apriansyah Hasan. Student ID Number 931 416 023. The Influence of Brand Equity to Purchase Intention in Honda Dealer in Gorontalo City. Skripsi. Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Djoko Lesmana Radji, S.Pd., M.Si., and the co-supervisor is Andi Juanna, S.Pd., M.Sc.

The objective of the research was to find out to what extent the influence of Brand Equity to Purchase Intention in Honda Dealer in Gorontalo City either partially or simultaneously. The samples of research were 96 consumers that have come to CV. Anugerah Motor Dealer of Gorontalo City by distributing questionnaire to the respondents who have met the predetermined sample criteria so that the data in this research were primary data. The data analysis applied a simple regression analysis technique.

The finding of research showed that partially, independent variable (Brand Equity) had a significant influence on the dependent variable (Purchase Intention) for 0,600. In addition, the value of R Square was 0,360 in which this value indicated that 36% of purchase intention variable could be explained by Brand Equity whereas the rest 64% could be explained by other variables which were not studied in this research.

Keywords: Brand Equity, Purchase Intention

