UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi Program Sarjana Manajemen Semester Genap 2019/2020

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BRAND* **EQUITY DAN PURCHASE INTENTION PADA PRODUK SEPEDA** MOTOR DI KOTA BATAM

> VICKY FENDY NPM: 1641324

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi brand equity dan purchase intention produk sepeda motor di Kota Batam. Variabel independen yang digunakan yaitu brand awareness, brand image, perceived quality, dan brand loyalty. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online dengan total responden berjumlah 220 orang. Analisis data penelitian dilakukan dengan menggunakan program software SPSS versi 23 untuk menganalisis data demografi responden dan melakukan uji Common Method Biased (CMB). Analisis data kemudian dilanjutkan untuk pengujian Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan program software SMARTPLS versi 3.0.

Berdasarkan pengujian hubungan antar variabel, diketahui bahwa faktor yang berpengaruh signifikan positif terhadap brand equity hanya brand loyalty. Brand awareness, brand image, dan brand perceived quality tidak berpengaruh signifikan terhadap brand equity. Begitu juga dengan brand equity yang tidak signifikan terhadap purchase intention. Dengan demikian direkomendasikan bagi para produsen sepeda motor agar menggunakan strategi marketing yang baik dan efektif dalam membuat pelanggan menjadi loyal yang akan meningkatkan kekuatan merek dan juga meningkatkan penjualan produk sepeda motor.

Kata Kunci: brand awareness, brand image, brand loyalty, brand equity, purchase intention.