

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Ganjil 2019/2020

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKUITAS MEREK PADA PEMILIK SEPEDA MOTOR DI KOTA BATAM

Setiawan  
NPM: 1641154

### ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *brand equity* dengan mengambil objek penelitian adalah para pemakai sepeda motor di Batam yang dikumpulkan dengan metode purposive sampling. Penelitian ini mengambil sampel 400 responden yang menggunakan sepeda motor (Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki) di kota Batam dan diolah dengan menggunakan alat analisis Partial Least Square (PLS).

Permodelan yang dirumuskan pada penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman yang kritis dalam konsep dan pengukuran kualitas yang diterima, kesadaran merek, asosiasi merek dan loyalitas merek pengguna di industri kendaraan khususnya Sepeda Motor.

Hasil penelitian ini menunjukkan diantaranya bahwa *perceived quality*, *brand awareness*, *brand association*, dan *brand loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *brand equity*.

Kesimpulan akhir penelitian ini bahwa kualitas yang diterima (*perceived quality*), kesadaran merek (*brand awareness*), asosiasi merek (*brand association*), loyalitas merek (*brand loyalty*) dapat direkomendasikan sebagai masukan bagi pihak manajemen tentang pentingnya faktor-faktor apa saja yang pelanggan butuhkan untuk membeli sebuah kendaraan bermotor. Peneliti meyakini bahwa pendekatan yang berkaitan dengan variabel independen dalam penelitian ini mampu meningkatkan penjualan terbukti dengan hasil penelitian yang signifikan semuanya

**Kata Kunci** : *Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Association, Brand Loyalty, Brand Equity.*