

**PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KERIPIK PISANG KEPOK DWI PUTRA DI MURNI JAYA TULANG BAWANG BARAT**

**Agnes Ika Septiana Sari
2018112110**

ABSTRAK

Brand equity salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih dan membeli sebuah produk. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian produk keripik pisang kepok Dwi Putra di Murni Jaya Tulang Bawang Barat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan 2 variabel yaitu *brand equity* dan keputusan pembelian. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari keripik pisang kepok Dwi Putra di Murni Jaya Tulang Bawang Barat, dengan sampel yang diambil berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dari kuesioner dengan menggunakan metode skala Likert. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini yaitu berupa *Snowball sampling*. Berdasarkan hasil penelitian (uji t) diperoleh nilai t hitung $7,434 > 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga *brand equity* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk keripik pisang kepok Dwi Putra di Murni Jaya Tulang Bawang Barat dan hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,361 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel *brand equity* (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 36,1% dan sisanya 63,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Equity*, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY ON THE PURCHASE DECISION OF KERIPIK
PISANG PRODUCTS OF KEPOK DWI PUTRA AT MURNI JAYA TULANG BAWANG
BARAT**

**Agnes Ika Septiana Sari
2018112110**

ABSTRACT

Brand equity is one of the factors that influence customer decisions in choosing and buying a product. The purpose of this study was to determine the effect of brand equity on purchasing decisions for Dwi Putra keripik pisang kepok in Murni Jaya Tulang Bawang Barat. In this study, researchers used quantitative research with 2 variables, namely brand equity and purchasing decisions. While the population in this study were consumers of keripik pisang Kepok Dwi Putra in Murni Jaya Tulang Bawang Barat, with a sample of 100 respondents. The data collection technique of this research used questionnaires and documentation. This study uses quantitative data from questionnaires using the Likert scale method. The sampling technique used in this research is in the form of Snowball sampling. Based on the results of the study (t test) obtained a t value of $7.434 > 1.986$, so it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted so that brand equity affects the purchasing decision of Dwi Putra keripik pisang kepok in Murni Jaya Tulang Bawang Barat and the results of the coefficient of determination test (R^2) of 0.361 which indicates that there is a simultaneous influence between the brand equity variable (X) on the purchasing decision variable (Y) of 36.1% and the remaining 63.9% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Brand Equity, Purchase Decision