

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BEDAK MUKA MEREK WARDAH**

**Oleh**

**ENA SUSANA**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji T, uji F dan uji R. Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa secara parsial, variabel kesadaran merek (X1) dan variabel asosiasi merek (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sedangkan variabel persepsi kualitas (X2) dan variabel loyalitas merek (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Secara simultan, kesadaran merek (X1), persepsi kualitas (X2), asosiasi merek (X3) dan loyalitas merek (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

**Kata Kunci** : kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek, keputusan pembelian.