

ABSTRAK

Rizki Khaerizal 1168020248 (2023): Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk minuman dalam kemasan Teh Botol Sosro (Studi pada mahasiswa jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun angkatan 2016).

Penelitian ini menginvestigasi pengaruh ekuitas merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk minuman dalam kemasan Teh Botol Sosro. Teh Botol Sosro, sebagai pelopor produk teh siap minum dalam kemasan di Indonesia, memegang posisi yang kuat dalam kesadaran konsumen, sebagaimana tercermin dalam predikat Top Brand nomor satu pada kategori teh siap minum dalam kemasan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah pertama untuk mengetahui pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) terhadap Keputusan Pembelian minuman dalam kemasan Teh Botol Sosro. Kedua untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian minuman dalam kemasan Teh Botol Sosro. Ketiga mengetahui seberapa besar pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian minuman dalam kemasan Teh Botol Sosro.

Teori yang digunakan adalah teori ekuitas merek, kualitas produk dan keputusan pembelian dari Philip Kotler. Kemudian ekuitas merek ini memiliki dimensi brand awareness, brand association, perceived quality, dan brand loyalty. Kualitas produk memiliki dimensi performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, dan fit and finish. Sedangkan keputusan pembelian memiliki dimensi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan membeli

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji T (parsial), uji F (simultan), dan analisis regresi linier berganda, dan koefisien determinasi.

Hasil analisis data menunjukkan Pertama, terdapat pengaruh yang signifikan dari ekuitas merek secara parsial terhadap keputusan pembelian teh botol sosro dengan dibuktikan dari hasil uji t thitung $7,002 \geq 1,991$. ttabel. Kedua, terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian teh botol sosro dengan dibuktikan dari hasil uji t thitung $2,226 \geq 1,984$. Ketiga, terdapat pengaruh yang signifikan dari ekuitas merek dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian teh botol sosro dengan dibuktikan dari hasil uji f Fhitung $293,346 \geq 3,09$ Ftabel. Kemudian pengaruh yang diberikan secara bersamaan ini sebesar 88,4% hasil tersebut masuk kategori tinggi. Serta model regresi linier sederhananya berbentuk $\hat{Y} = 2,608 + 0,261X_1 + 0,155X_2$.

Kata Kunci: Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Teh Botol Sosro