




*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana*

*Ekonomi*

*Universitas Andalas*

**PADANG**

**2016**

	No. Alumni Universitas	<b>Yaumal Hasbi</b>	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir: Lubuk Basung/ 17 Pebruari 1990, b) Nama Orang Tua: Tharwilis St R Bungsu dan Ratna Ema Zeta, c) Fakultas: Ekonomi Kampus II Payakumbuh, d) Jurusan: Manajemen, e) No. BP: 1010522072, f) Tgl Lulus: 23 April 2016, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 2,97, i) Lama Studi: 5 Tahun 8 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Lubuk Basung, Kabupaten Agam		

***Pengaruh Faktor-Faktor Brand Equity terhadap Purchasing Decisions Smartphone Merek Samsung (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Payakumbuh)***

***Pembimbing 1: Dra. Yanti, MM***

***Pembimbing 2: Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM***

***Abstrak***

Perkembangan teknologi telekomunikasi telah memunculkan *smartphone* yang canggih dan mendapat sambutan positif dari masyarakat global. Dari data yang diperoleh, Samsung adalah *brand leaders smartphone*. Samsung sangat memperhatikan *brand equity* mereka karena salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah *brand equity*. Dengan melihat permasalahan yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran faktor-faktor *brand equity* terhadap *purchasing decisions*.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Payakumbuh. Jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 150 responden, dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program *Statistic Program for Social Science (SPSS) Versi 20*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor ekuitas merek yang terdiri dari *brand awareness*, *perceived quality*, *brand association* dan *brand loyalty* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan  $R^2 = 0,172$ .

**Keyword :** *brand awareness perceived quality, brand association, brand loyalty, purchasing decisions*

Skripsi ini telah dipertahankan dan dinyatakan lulus pada tanggal 23 April 2016.

Abstrak telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama Terang	Dra. Yanti., MM	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM	Faisal Ali Ahmad, SP., Msi	Erizal N, SE., MM

Mengetahui,

Koor. FEUA II Payakumbuh

: **Lukman, SE., M.Si**

**NIP. 196411231993031003**



No. Alumni Universitas

**Yaumul Hasbi**

No. Alumni Fakultas

a) Tempat/Tgl Lahir: Lubuk Basung/ 17 Pebruari 1990, b) Nama Orang Tua: Tharwilis St R Bungsu dan Ratna Ema Zeta, c) Fakultas: Ekonomi Kampus II Payakumbuh, d) Jurusan: Manajemen, e) No. BP: 1010522072, f) Tgl Lulus: 23 April 2016, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 2,97, i) Lama Studi: 5 Tahun 8 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Lubuk Basung, Kabupaten Agam

**Pengaruh Faktor-Faktor Brand Equity terhadap Purchasing Decisions Smartphone Merek Samsung (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Payakumbuh)**

**Pembimbing 1: Dra. Yanti, MM**

**Pembimbing 2: Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM**

**Abstrak**

Perkembangan teknologi telekomunikasi telah memunculkan *smartphone* yang canggih dan mendapat sambutan positif dari masyarakat global. Dari data yang diperoleh, Samsung adalah *brand leader smartphone*. Samsung Sangat memperhatikan *brand equity* mereka karena salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah *brand equity*. Dengan melihat permasalahan yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran faktor-faktor *brand equity* terhadap *purchasing decisions*.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Payakumbuh. Jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 150 responden, dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program *Statistic Program for Social Science (SPSS)* Versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor ekuitas merek yang terdiri dari *brand awareness*, *perceived quality*, *brand association* dan *brand loyalty* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan  $R^2 = 0,172$ .

Keyword : *brand awareness perceived quality, brand association, brand loyalty, purchasing decisions*

Skripsi ini telah dipertahankan dan dinyatakan lulus pada tanggal 23 April 2016. Abstrak telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama Terang	Dra. Yanti., MM	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM	Faisal Ali Ahmad, SP., Msi	Erizal N, SE., MM

Mengetahui,  
Koor. FEUA II Payakumbuh :

**Lukman, SE., M.Si**  
NIP. 196411231993031003