

	No. Alumni Universitas	Chyntia Ademai Windi	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/tanggal. Lahir : Payakumbuh/ 10 Mei 1994, b) Nama Orang Tua : Abiudin dan Deswita, c) Fakultas : Ekonomi, d) Jurusan : Manajemen, e) No. BP : 1310551021, f) Tgl Lulus : 12 Januari 2017 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan, h) IPK : 3,16, i) Lama Studi : 3 Tahun 5 Bulan, j) Alamat Orang Tua : Jln. Nunang No. 14 RT01 RW04 Kel. Nunang, Payakumbuh Barat.		

Analisis Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Lembaga Pendidikan Ganesha Operation di Kota Payakumbuh
Skripsi S1 oleh: Chyntia Ademai Windi
Pembimbing: Erizal N, SE., MM

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena persaingan dalam dunia bisnis yang secara tidak langsung memaksa perusahaan untuk bertahan dan merebut pangsa pasar, salah satu cara adalah dengan meningkatkan *brand equity*. Dengan adanya *brand equity* yang baik maka akan menciptakan keputusan pembelian terhadap suatu perusahaan. Ganesha Operation merupakan salah satu lembaga pendidikan di Payakumbuh yang menjadi lembaga pendidikan favorit bagi siswa sekolah menengah pertama (SMP) dan sekolah menengah atas (SMA).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat keterkaitan antara *brand equity* yang terdiri dari 4 variabel yaitu kesadaran merek (*Brand Awareness*), asosiasi merek (*Brand Association*), persepsi kualitas merek (*Brand Perceived Quality*), dan loyalitas merek (*Brand Loyalty*) terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa lembaga pendidikan Ganesha Operation di Kota Payakumbuh. Sampel penelitian ini adalah konsumen GO kota Payakumbuh. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 110 responden, dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* yaitu *convenience sampling*. Analisis data menggunakan bantuan Program SPSS versi 19 for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya dua variabel yang signifikan mempengaruhi keputusan pembelian yaitu variabel asosiasi merek dan variabel loyalitas merek, sementara untuk variabel kesadaran merek dan persepsi kualitas merek tidak signifikan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: *Brand Awareness, Brand Association, Brand Perceived Quality, Brand Loyalty, Purchase Decision.*

Skripsi ini telah dipertahankan dan dinyatakan lulus pada tanggal: 12 Januari 2017. Abstrak telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

TandaTangan	1.	2.	3.
NamaTerang	Erizal N, SE., MM	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM	Jauharry, SE., MM

Mengetahui,

Koordinator

FEUA II Payakumbuh:

Lukman, SE., M.Si
NIP. 196411231993031003

TandaTangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus

Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas:	Nama TandaTangan
No. Alumni Universitas:	Nama TandaTangan