

**ANALISIS PENGARUH KOMPONEN EKUITAS MEREK DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK TANAH LIEK**

(Studi Kasus Pada Batik Tanah Liek Fitriaendika)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas**



Diajukan Oleh :

YUDI ASTIRA AMARTA LUBIS

1210522085

Nama Pembimbing :

Dr. Syafrizal, SE, ME

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2018

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana hubungan antara komponen ekuitas merek (kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek) dan media sosial secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian Batik Tanah Liek Fitriaendika. Dalam penelitian ditemukan bahwa variabel asosiasi merek dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, dan media sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Batik Tanah Liek Fitriaendika.

Kata Kunci : *Batik Tanah Liek, Ekuitas Merek, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Media Sosial*

