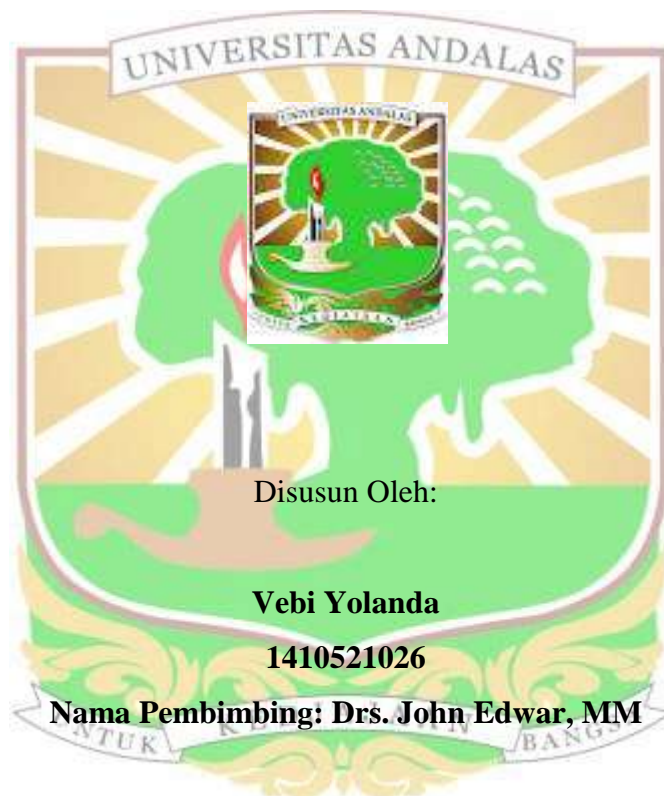



**“PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MEREK WARDAH KOSMETIK”
(Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen S1 Reguler Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas Padang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program
Studi SI Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



**PROGRAM STUDI SI JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
OKTOBER 2018**

	No. Alumni Universitas	VEBI YOLANDA	No. Alumni Fakultas
---	------------------------	---------------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir: Sungai Nyalo/26 Juli 1995, b) Nama Orang Tua: H. Dumri dan Hj. Yusniar, c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No Bp: 1410521026, f) Tanggal Lulus: 10 Oktober 2018, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3,45, i) Lama Studi: 4 Tahun 2 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Nagari Sungai Nyalo, Kecamatan Batang Kapas, Kabupaten Pesisir Selatan.

PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MEREK WARDAH KOSMETIK (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang)

Skripsi oleh: *Vebi Yolanda*
Pembimbing: *Drs. John Edwar, MM*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh ekuitas merek (*Brand Equity*) yang terdiri dari *brand awareness*, *perceived quality*, *brand association* dan *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian lipstik merek Wardah Kosmetik (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang). Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 110 orang mahasiswa Jurusan Manajemen S1 Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang. Pada penelitian ini dilakukan pengujian data dengan menggunakan statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS 20 (*Statistical Program for Social Science*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek (*brand awareness*) dan loyalitas merek (*brand loyalty*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik merek Wardah. Sedangkan persepsi kualitas (*perceived quality*) dan asosiasi merek (*brand associations*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik merek Wardah pada Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.

Kata Kunci: *brand equity, brand awareness, perceived quality, brand associations, brand loyalty, keputusan pembelian.*

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 10 Oktober 2018

Abstrak telah di setuju oleh:

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Drs. John Edwar, MM	Ma'arif, SE, M. Bus, Ph.D	Dra. Yanti, MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE, MSI
NIP. 197208262003122004



Tanda Tangan

Alumni telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

		Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama		Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama		Tanda Tangan