ABSTRAK

Persaingan usaha dan situasi bisnis di pasar saat ini berubah dengan sangat cepat, seiring dengan berlakunya sistem pasar global dengan tingkat persaingan yang semakin tajam dalam berbagai sector usaha baikdi pasar domestik maupun pasar internasional.Kondisi ini membuat perusahaan bersaing secara kompetitif dalam mempertahankan konsumen yang loyal, salah satu strateginya adalah dengan persaingan antar merek.Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh elemen ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek (*brand awareness*), asosiasi merek (*brand associations*), persepsi kualitas merek (*brand perceived quality*), dan loyalitas merek (*brand loyalty*) terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Maradona Jember. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori. Data penelitian berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Showroom Maradona Jember. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 75 responden dan di ambil dengan menggunakan teknik accidental sampling. Analisis data di lakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa elemen-elemen ekuitas merek yang terdiri dari kesadaranmerek (*brand awareness*), asosiasimerek (*brand associations*), persepsi kualitas merek (*brand perceived quality*), dan loyalitas merek (*brand loyalty*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Showroom Maradona Jember.

Kata Kunci: EkuitasMerek, KesadaranMerek (*Brand Awareness*), AsosiasiMerek (*Brand Associations*), PersepsiKualitasMerek (*Brand Perceived Quality*), LoyalitasMerek (*Brand Loyalty*),danKeputusanPembelian

ABSTRACT

Business competition in the market today is changing very rapidly, along with the enactment of the global market system with increasingly sharp competition in various business sectors both in the domestic and international markets. This condition makes the company compete in maintaining loyal customers; one of its strategies is competition between brands. This study aims to analyze the effect of the elements of brand equity consisting of brand awareness, brand associations, brand quality perceptions, and brand loyalty on customers purchasing decisions of used car at the Maradona Showroom Jember. This type of research is explanatory research. Research data in the form of primary data obtained through questionnaires. The population in this study is the consumer of the MaradonaJember Showroom. The number of samples was determined as many as 75 respondents and taken using accidental sampling technique. Data analysis was performed using multiple linear regression analysis. The results of the study prove that elements of brand equity consisting of brand awareness, brand associations, perceived brand quality, and brand loyalty have significanteffect oncustomers purchasing decisions at the Maradona Showroom Jember.

Keywords: *Brand Equity, Brand Awareness, Brand Associations, Perceived Brand Quality, Brand Loyalty, and Customers Purchasing Decisions*

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER