# ABSTRAK

**"Pengaruh Ekuitas Merek dan Motivasi Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Jaket Merek Airplane Di Distro Airplane System Bandung."**

**Oleh : Rheza Rivaldi**

**Pembimbing : Dr. Rahma Wahdiniwaty,Dra. M.si**

Penelitian ini dilakukan pada produk jaket merek *Airplane* di distro *Aiplane System* Bandung. Fenomena yang terjadi adalah adanya persaingan bisnis yang semakin ketat terutama persaingan bisnis dalam bidang fashion. Saat ini bisnis fashion menjadi bisnis yang menjanjikan karena kebutuhan manusia akan pakaian yang tidak akan ada habisnya. Salah satu bisnis fashion yang sedang berkembang dengan pesat di kota Bandung saat ini adalah bisnis retail dan Distro yang menjadikan anak muda sebagai target pasarnya. Setiap distro harus memiliki strategi yang tepat untuk menarik pasar anak muda. Termasuk distro Airplane System Bandung yang bersaing ketat dengan banyak distro yang ada di kota Bandung. Salahsatu produk unggulan distro Airplane System ialah Produk Jaket merek Airplane. Ada beberapa strategi yang bisa dilakukan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian, yaitu misalnya dengan meningkatkan ekuitas merek dan motivasi pembelian. Distro Airplane terus ber inovasi dengan ide kreatif untuk mengetahui selera pasar yang selalu berubah setiap periodenya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ekuitas merek dan motivasi pembelian terhadap keputusan pembelian konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif (deskriptif) dan kuantitatif (verifikatif). Unit analisis dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli produk jaket merek Airplane di distro Airplane System Bandung dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengujian statistik yang digunakan adalah perhitungan korelasi pearson, analisis regresi, korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis, dan juga menggunakan bantuan program aplikasi SPSS 19.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuitas merek pada produk jaket di distro Airplane System secara keseluruhan termasuk dalam kriteria baik. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk, loyalitas konsumen, inovasi, dan motivasi. Pengaruh ekuitas merek dan motivasi pembelian berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk jaket merek Airplane system Bandung. Artinya semakin ekuitas merek dan motivasi pembelian tinggi, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumennya.



**Kata Kunci: ekuitas merek, motivasi pembelian, keputusan pembelian konsumen.**