ABSTRAK

Muammar Framuja. 2020. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter*. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dra. Faridah, M.H.I.

Kata Kunci: *Ekuitas Merk, Kesadaran Merk, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merk, Loyalitas Merk, Keputusan Pembelian*

Penelitian ini bertolak dari pemikiran bahwa jenis sepeda motor merk Yamaha yang paling laris dari tahun 2018-2020 adalah sepeda motor Yamaha Nmax. Motor ini memiliki kelebihan desain yang lebih menarik dan fitur fiturnya yang inovatif. Akhir-akhir ini ada satu merk sepeda motor yang begitu banyak diminati oleh para masyarakat khususnya di kota Banjarmasin yaitu sepeda motor merk Yamaha Nmax. Banyak dilihat masyarakat yang memakai sepeda motor merk Yamaha Nmax ini bahkan sudah ada beberapa komunitas / geng motornya yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia tak terkecuali di Kalimantan Selatan salah satunya Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter.

Komunitas YNCI (Yamaha Nmax Chapter Indonesia) ini merupakan komunitas dengan jumlah anggota yang terbilang banyak dan seluruh anggotanya menggunakan sepeda motor Yamaha Nmax, dan komunitas ini merupakan komunitas yang mendapatkan SK langsung dari pusat tidak berdiri secara independen yang berarti komunitas ini komunitas resmi Yamaha Nmax di Indonesia. Komuntas YNCI ini juga mempunyai cabang nya di wilayah Kalimantan Selatan yang membuktikan bahwa komunitas ini cukup maju dalam menjalankan aktivitas nya sehingga komunitas ini dapat membuka cabang di seluruh wilayah Indonesia salah satunya di kota Banjarmasin karena banyak para masyarakat yang ingin bergabung.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh ekuitas merk secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax pada Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter dan untuk menganalisis pengaruh ekuitas merk secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax pada Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan dapat diklasifikasikan menjadi variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (bebas) adalah "variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)" (Sugiyono, 2014, hal. 39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah yakni X_1 berupa kesadaran merek, X_2 berupa persepsi kualitas, dan X_3 berupa asosiasi merek , dan X_4 loyalitas merk, dan Variabel dependen (terikat) adalah variabel "variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas" (Sugiyono, 2014, hal. 39). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif yaitu dengan menghimpun data kemudian diolah kembali dengan program SPSS 22,0. Lokasi penelitian adalah pada Komunitas YNCI Banjarmasin Chapter. Jenis penelitian pada penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan dan teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan dokumentasi. Julmlah populasi dalam penelitian ini adalah