

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya persaingan bisnis di Indonesia yang bergerak di bidang minuman ringan. Salah satunya adalah teh siap saji. Teh Botol Sosro merupakan salah satu teh siap saji yang paling populer di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari Ekuitas Merek (X) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) pada mahasiswi Administrasi Bisnis angkatan 2013 Universitas Telkom.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kuantitatif, dengan jenis penelitian deskriptif & kasualitas. Populasi dari penelitian ini sebanyak 100 responden dari 228 Mahasiswi Administrasi Bisnis angkatan 2013 Universitas Telkom. Teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan jumlah populasi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara variabel ekuitas merek (X) dengan proses keputusan pembelian (Y) pada konsumen khususnya mahasiswi Administrasi Bisnis angkatan 2013 Universitas Telkom. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel Atribut Produk (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 69% sedangkan sisanya sebesar 31% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Kata kunci : Ekuitas Merek, Proses Keputusan pembelian, Regresi linear sederhana,

Teh Botol Sosro