

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL
TOYOTA DI PT. AGUNG AUTOMALL
CABANG JEMBRANA**

OLEH

Ida Bagus Gde Ari Pradnya Wibawa, NIM 1717041223

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari ekuitas merek dan desain produk baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian mobil Toyota di PT. Agung Automall Cabang Jembrana. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Ekuitas merek dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota di PT. Agung Automall Cabang Jembrana. (2) Ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota di PT. Agung Automall Cabang Jembrana. (3) Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota di PT. Agung Automall Cabang Jembrana.

Kata kunci: desain produk, ekuitas merek, dan keputusan pembelian

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL
TOYOTA DI PT. AGUNG AUTOMALL
CABANG JEMBRANA**

OLEH

Ida Bagus Gde Ari Pradnya Wibawa, NIM 1717041223

Jurusan Manajemen

Abstrac

This research aimed to examine the influence of brand equity and product design, either simultaneously or partially on the decision to purchase Toyota cars at Agung Automall Ltd in Jembrana. The design used in this study was quantitative causal. In order to choose the sample of the study, this research used two techniques namely non-probability sampling and purposive sampling. There were 100 respondents involved in this study. Then, this research used questionnaire as the instrument in order to collect the data, then the data collected was analyzed using multiple linear regression analysis. Furthermore, the result of the research showed that: 1. Brand equity and product design have a significant effect on purchasing decisions for Toyota cars at Agung Automall Ltd in Jembrana. 2. Brand equity has a positive and significant effect on purchasing decisions for Toyota cars at Agung Automall Ltd in Jembrana. 3. Product design has a positive and significant effect on purchasing decisions for Toyota cars at Agung Automall Ltd in Jembrana.

Keywords: brand equity, product design and purcashing decision

