

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI PELANGGAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO (STUDI PADA DIALER HONDA UD PRIMA MOTOR PASIR PANGARAIAN)

Amelia Putri Iska
11371206134

Tujuan dalam adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan ekuitas merek dan persepsi kualitas terhadap kepercayaan diri. Penelitian ini dilakukan di Dialer Honda UD Prima Motor yang berlokasi di Pasir Pangaraian dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, ekuitas merek memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri dengan nilai $t_{hitung} (5,273) > t_{tabel} (1,984)$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05. Selain ekuitas merek, persepsi kualitas juga memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri pelanggan dengan nilai $t_{hitung} (8,293) > t_{tabel} (1,984)$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,035 masih berada dibawah 0,05. Nilai F hitung sebesar 201.020 dengan signifikansi 0,000. F tabel dapat diperoleh dari F tabel statistik sebesar 3,09. Dengan demikian diketahui F hitung ($201.020 > F$ tabel (3,09) dengan Sig. (0,000) $< 0,05$. Artinya secara simultan atau bersamaan ekuitas merek dan persepsi kualitas memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri pelanggan sepeda motor Hoda Vario (Studi pada Dialer Honda UD Prima Motor Pasir Pangaraian). Nilai R sebesar 0,898 atau 89,8% berarti terdapat hubungan antara ekuitas merek dan persepsi kualitas memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri pelanggan sepeda motor Hoda Vario (Studi pada Dialer Honda UD Prima Motor Pasir Pangaraian). Nilai R Square sebesar 0,806 atau 80,6% ekuitas merek dan persepsi kualitas memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri pelanggan sepeda motor Hoda Vario (Studi pada Dialer Honda UD Prima Motor Pasir Pangaraian). sementara sisanya 19,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci :Ekuitas Merek, Persepsi Kualitas Dan Kepercayaan Diri