

## ABSTRAK

### **PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BERSODA COCA-COLA (STUDI KASUS DI KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU)**

**OLEH:**  
**JODI SETIAHADI**  
**11371104202**

Penelitian ini dilakukan di PT.Coca-Cola Amatil Indonesia Cabang Pekanbaru yang bergerak dalam bidang jasa pemasaran minuman ringan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Tampan Pekanbaru pada tahun 2017 sebanyak 100 orang. Sampel nya menggunakan teknik *accidental sampling* dan penentuan masing-masing jumlah sampel nya menggunakan metode *proporsional random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode studi pustaka dan kuesioner yang kemudian diuji dengan metode analisis data menggunakan SPSS. Untuk metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif-kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) faktor psikologis berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik nilai t hitung untuk variabel faktor psikologis adalah sebesar 6,293 dan nilai t tabel dengan sebesar 1,9847 dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 > 0,05$ ), (2) ekuitas merek berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel nilai t hitung variabel ekuitas merek adalah sebesar 2,893 dengan nilai t tabel sebesar 1,9847 dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,005 signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ), (3) Faktor psikologis dan ekuitas merek secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pembelian minuman bersoda Coca-Cola. Dari hasil perhitungan F hitung sebesar 79,080 dan F tabel dengan  $df_1 = k - 1$  ( $3 - 1$ ) = 2 dan  $df_2 = n - k$  ( $100 - 3$ ) = 97 pada taraf signifikan 5% = 3,09. Dengan demikian F hitung  $>$  F tabel ( $79,080 > 3,09$ ). Dari hasil penelitian juga diperoleh perhitungan koefisien determinasi yang menyimpulkan bahwa Faktor psikologis dan ekuitas merek secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian minuman bersoda Coca-Cola di Kecamatan Tampan Pekanbaru sebesar 62,0%, sisanya 38,0 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci : Faktor Psikologis, Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian**