

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Kesadaran Merek, dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Dikalangan Konsumen Muda. Dimana Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai subjeknya, dan merek-merek sepatu olahraga yang mendominasi 3 besar *topbrandaward.com* tahun 2016 (*Adidas, Nike, dan Reebok*) sebagai objeknya. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 80 responden dimana setiap fakultas diwakili 10 responden. Masing-masing responden dalam penelitian ini pernah membeli dan sedang menggunakan sepatu olahraga dari salah satu merek *Adidas, Nike, dan Reebok*. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS versi 16.0.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa asosiasi merek, loyalitas merek, dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap ekuitas merek. Sementara hasil yang berbeda ada pada kesadaran merek yang dalam hasil penelitian ini tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap ekuitas merek.

Kata kunci: Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Ekuitas Merek

ABSTRACT

This study aimed to analyze the The Effect Of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness And Brand Image On Brand Equity Among Young Consumers. Where Students at the Muhammadiyah University of Yogyakarta as the subject, and sports shoes brands that dominate the three major classes topbrandaward.com 2016 (Adidas, Nike, and Reebok) as its object. In this study sample of 80 respondents where each faculty is represented in 10 respondents. Each respondent in this study ever bought and are using the sports shoes of one of the brands Adidas, Nike, and Reebok. The analytical tool used was SPSS version 16.0.

Based on the analysis that has been done shows that the brand association, brand loyalty, and brand image significantly affect brand equity. While there are different results in brand awareness in this study there was no significant effect on brand equity.

Keywords: Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, Brand Image and Brand Equity