

**PENGARUH *BRAND EQUITY* SEPEDA MOTOR TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pengguna Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Magelang)**

Lukluk Atul H dan Jangkung Admadi Sulistyو Jatmiko

Abstract

This is a research which observes the influence Brand Equity motorcycle's to customer satisfaction to Honda's user university studen,. Muhammadiyah Magelang University, Brand Equity is measured through variabel such as brand loyalty, brand awareness, perceived quality, brand associations dan other brand assets. The result of research reveals that Brand Equity to Honda's user university studen,. Muhammadiyah Magelang University tends to be good and tends to be high grade, there is a dominan variabel causal influence customer satisfaction, thus the result of research, there's a positive casual influence that is significant between Brand Equity Honda's to customer satisfaction.

Kata Kunci : *brand equity brand loyalty, brand awareness, perceived quality, brand associations, other brand assets, satisfaction.*

Pendahuluan

Dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia yang semakin bertambah, maka banyak pula perusahaan industri yang memproduksi dan menjual berbagai jenis barang dan jasa. Perusahaan-perusahaan dan industri yang ada saling bersaing untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Keputusan membeli suatu produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas serta terlibat dalam tingkah laku pasca pembelian. Yang menentukan pembeli merasa puas atau tidak puas terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan prestasi yang diterima dari produk. Jika produk di bawah harapan, konsumen tidak puas, jika memenuhi harapan, konsumen puas dan jika melebihi harapan, konsumen amat puas.

Keputusan pembelian pada tahap pencarian informasi juga dipengaruhi dengan iklan dan merek-merek yang ada. Konsumen memandang merek sebagai bagian penting dari suatu produk dan kebanggaan bila mempunyai suatu produk. *Brand Equity* pada suatu produk akan memungkinkan perusahaan mempunyai kekuatan untuk mengadakan ekspansi serta kelangsungan hidup merek. *Brand Equity* itu sendiri, juga di pengaruhi