

ABSTRAK

MINARSIH. NIM 2017176086. Pengaruh Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Terhadap Minat Beli Konsumen Baso Aci Akang Cabang Metland Cibitung. Pembimbing: Kania Ratnasari, ST, MIB. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ekuitas merek (*brand equity*) di Baso Aci Akang cabang Metland Cibitung, menganalisis minat beli di Baso Aci Akang cabang Metland Cibitung, dan untuk menganalisis pengaruh ekuitas merek (*brand equity*) terhadap minat beli konsumen Baso Aci Akang Cabang Metland Cibitung. Menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah ekuitas merek (*brand equity*) sebagai variabel bebas dan minat beli sebagai variabel terikat. Jenis data penelitian adalah primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada 67 responden dengan kriteria tertentu, dan untuk data sekunder diperoleh dari data penjualan Baso Aci Akang dari bulan Oktober 2022 sampai bulan Maret 2023, *rating* merek baso aci menurut *GoFood* aplikasi Gojek 2023 dan data pra survei kepada 20 responden. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif, analisis regresi linear sederhana, uji t, uji R². Hasil dari penelitian didapatkan nilai ekuitas merek (*brand equity*) 4,16 (baik) dan minat beli 4,19 (baik) dengan kesimpulan bahwa variabel ekuitas merek (*brand equity*) berpengaruh terhadap minat beli konsumen sebesar 56,1% dan sisanya 43,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Kata kunci : Ekuitas Merek (Brand Equity), Minat Beli, Baso Aci Akang cabang Metland Cibitung.

ABSTRACT

MINARSIH. NIM 2017176086. The Influence of Brand Equity on Consumer Buying Interests in Baso Aci Akang Metland Cibitung Branch. Advisor: Kania Ratnasari, ST, MIB.

This study aims to analyze brand equity at Baso Aci Akang Metland Cibitung branch, to analyze buying interest at Baso Aci Akang Metland Cibitung Branch, and to analyze the effect of brand equity on consumer buying interest at Baso Aci Akang Metland Cibitung Branch. . By using a quantitative approach. The variables in this study are brand equity as the independent variable and purchase intention as the dependent variable. The types of research data are primary and secondary. Primary data was obtained by distributing questionnaires to 67 respondents with certain criteria, and for secondary data obtained from Baso Aci Abang sales data from October 2022 to March 2023, baso aci brand ratings according to the GoFood Gojek 2023 application and pre-survey data for 20 respondents.

The analysis used is descriptive quantitative analysis, simple linear regression analysis, t test, R² test. The results of the study showed that brand equity was 4.16 (good) and purchase intention was 4.19 (good) with the conclusion that brand equity had an effect on consumer buying interest of 56.1% and the remaining 43,9%. influenced by other variables not examined.

Keywords: Brand Equity, Interest to Buy, Baso Aci Akang branch of Metland Cibitung.