

ABSTRACT

The automotive business sector has promising prospects, sales of cars and spare parts have experienced a large increase, vehicle spare parts are currently an important part that are sought after by the automotive lover community, many companies produce spare parts to meet public demand by offering various types of products. vehicle spare parts such as tires, wheels, lights, seats and so on, in recent years the spare parts that dominate market demand are tires, tires are an important component in the body of a motorized vehicle which has the most important function so that the vehicle can run well, Currently, many tire products are produced with various sizes and quality variants of raw materials, so people need to consider the type and quality of tires before buying them. The author uses a quantitative approach, consumers of the GT Radial brand car tires in Surabaya are used as the population and 112 respondents are selected by the author to be used as samples. The findings from this study show that brand equity has an effect on purchasing decisions. It is proven that there is an effect of product quality on purchasing decisions. Simultaneously, it is proven that there is an effect of brand equity & product quality on the decision to purchase GT Radial car tires in Surabaya.

Keywords: Brand Equity, Product Quality, Purchase Decision

ABSTRAK

Sektor bisnis otomotif memiliki prospek yang menjanjikan, penjualan mobil dan suku cadang mengalami peningkatan yang besar, suku cadang kendaraan saat ini menjadi bagian penting yang banyak diburu oleh kalangan masyarakat pecinta otomotif, banyak perusahaan yang memproduksi suku cadang untuk memenuhi permintaan masyarakat dengan menawarkan berbagai jenis produk suku cadang kendaraan seperti ban, velg, lampu, kursi dan lain sebagainya, dalam beberapa tahun ini suku cadang yang mendominasi permintaan pasar ialah ban, ban merupakan komponen penting yang ada di *body* kendaraan bermotor yang mempunyai fungsi paling penting supaya kendaraan dapat melaju dengan baik, produk ban saat ini banyak diproduksi dengan berbagai varian ukuran serta kualitas bahan baku, sehingga masyarakat perlu mempertimbangkan jenis dan kualitas ban sebelum membelinya. Penulis memakai metode pendekatan secara kuantitatif, konsumen dari ban mobil merek GT Radial di Surabaya digunakan sebagai populasi serta 112 responden dipilih oleh penulis untuk dijadikan sampel. Didapatkan temuan dari hasil penelitian ini bahwa ekuitas merek terbukti ada pengaruh terhadap keputusan pembelian. Terbukti ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Secara simultan terbukti ada pengaruh ekuitas merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ban mobil merek GT Radial di Surabaya.

Kata Kunci : Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian