

**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING
Skripsi, July 2022**

**SITI HAFIDZAH
2018140293**

**PENGARUH *BRAND EQUITY* MCDONALDS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN (Survei Kepada Followers Akun Instagram @mcdonaldsid)**

ABSTRAK

Penelitian ini berlatar belakang *Brand Equity*, sebuah kekuatan merek yang dimiliki oleh produk produk ternama. Banyak perusahaan *Food & Beverage* mulai menggunakan Instagram salah satunya Mcdonald's. Dengan tersedianya jaringan yang terhubung di seluruh dunia, instagram bisa dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran oleh Mcdonald's. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand equity mcdonalds di instagram terhadap keputusan pembelian pada followers instagram mcdonalds. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori brand equity dari David Aaker yang memiliki dimensi *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, *Brand Association*, *Brand Loyalitas* dan teori keputusan pembelian dari Kotler dan Keller dimensi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah *followers* aktif instagram @mcdonaldsid yang berkomentar pada unggahan terakhir tanggal 11 juni – 13 juni 2022 sebanyak 511 *Followers* dan sampel yang digunakan sebanyak 85 responden setelah dihitung dengan rumus Taro Yamane. Teknik pengambilan data sampel pada penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Equity* mcdonalds berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel sebesar 0,671 berarti bahwa sebesar 67,1% sedangkan sisanya sebesar 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain selain yang ada dalam penelitian ini

**Kata Kunci : Brand Equity, Keputusan Pembelian
Refrensi : 11 Buku, 5 Jurnal
Dosen Pembimbing : Jamiati KN,S.I.K,M.I.Kom**