

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh elemen *Brand Equity* terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan sampel dengan karakteristik Pria atau Wanita, berdomisili di Surabaya, telah lulus SMA. Telah membeli dan menggunakan pasta gigi Pepsodent dan tidak pernah melakukan complain terhadap badan usaha PT. unilever. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang di bagikan kepada 100 responden. Dalam penelitian ini, data diolah dengan menggunakan deskripif riset

Kata kunci : *Brand Equity*



ABSTRACT

This research aims test the effect of brand equity element of purchasing decisions of Pepsodent brand beverages in Surabaya. This research using a quantitative approach, with the kind of descriptif research.

This study used a sample with the characteristics of men or women, based in Surabaya, has graduated from high school, has been buying and toothpaste Pepsodent, and never make a complaint against Pepsodent cooperation. Data used in this research in the primary data obtained from the answer of the questionnaire distributed to 100 respondents. In this study, data ware processed using simple and multiple regression, descriptif research.

The result showed that the elements of brand equity has a signifikan impact on purchasing decisions toothpaste Pepsodent.

Keyword : brand equity.

