

ABSTRAK

M. Ikhsan S, 2008/02566 : Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Pribadi Terhadap *Brand Equity* Suzuki Satria Fu 150 Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Pembimbing I : Dr. Susi Evanita, MS

Pembimbing II : Whyosi Septrizola, SE

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, dan membuktikan seberapa besar iklan, promosi penjualan, dan penjualan pribadi terhadap *brand equity* Suzuki Satria Fu 150 di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Padang, dan yang menjadi populasi dalam penelitian ini mahasiswa Universitas Negeri Padang itu sendiri. Sampel diambil dengan *Accidental Sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan angket / kuesioner. Untuk melihat pengaruh iklan, promosi penjualan, dan penjualan pribadi terhadap *brand equity* Suzuki Satria Fu 150 di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang digunakan analisis jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan program SPSS versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ; 1) Iklan berpengaruh signifikan terhadap *Brand Equity* Suzuki Satria Fu 150 pada mahasiswa Universitas Negeri Padang, 2) Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap *Brand Equity* Suzuki Satria Fu 150 pada mahasiswa Universitas Negeri Padang, 3) Penjualan pribadi berpengaruh signifikan terhadap *Brand Equity* Suzuki Satria Fu 150 pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis menyarankan agar perusahaan dapat lebih meningkatkan efektivitas dari iklan, promosi penjualan dan penjualan pribadi sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan *brand equity* Suzuki Satria Fu 150 melalui peningkatan kreativitas dan agresivitas dalam mempromosikan Suzuki Satria Fu 150.