

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana citra merek, kesadaran merek, kecintaan merek, dan ekuitas merek mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini mengambil judul “Memprediksi Keputusan Pembelian Kartu Grafis NVIDIA”. Penelitian ini mensurvei pengguna kartu grafis NVIDIA di Indonesia menggunakan kuesioner yang disebar melalui media sosial. Analisis tersebut mengungkapkan beberapa temuan utama yaitu citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kesadaran merek tidak. Kecintaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan ekuitas merek juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu grafis NVIDIA. Penelitian menunjukkan bahwa mempertahankan citra merek yang positif sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian. Meningkatkan kesadaran merek melalui iklan media sosial juga penting. Sangat disarankan untuk membangun kecintaan terhadap merek melalui keterlibatan komunitas dan menciptakan hubungan positif antara NVIDIA dan konsumen. Selain itu, peningkatan ekuitas merek dapat mendorong penjualan dan mengukuhkan NVIDIA sebagai pilihan utama konsumen yang membutuhkan kartu grafis. Penelitian ini menemukan bahwa citra merek, kecintaan merek, dan ekuitas merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pengguna NVIDIA di Indonesia. Sedangkan kesadaran merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna NVIDIA di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, kartu grafis NVIDIA perlu menjaga citra merek yang positif di mata pelanggannya. Untuk meningkatkan kesadaran merek, NVIDIA harus terus mempromosikan kartu grafisnya di media sosial untuk memastikan masyarakat mendapat informasi tentang merek tersebut dan mempertimbangkan NVIDIA saat melakukan pembelian kartu grafis. Untuk memupuk kecintaan terhadap merek, NVIDIA harus fokus pada kemajuan dalam teknologi kartu grafis, sehingga pengguna merasa bangga menggunakan kartu grafis NVIDIA seiring dengan kemajuan teknologi mereka. Untuk membangun ekuitas merek, NVIDIA perlu meningkatkan komunikasi media sosialnya dengan menyoroti keunggulan unik kartu grafisnya dan menunjukkan mengapa kartu tersebut lebih unggul dari pesaing. Pendekatan ini akan membantu NVIDIA menarik khalayak yang lebih luas dan menarik lebih banyak pelanggan ke produk mereka.

Kata Kunci : Citra Merek, Kesadaran Merek, Kecintaan Merek, Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian, NVIDIA

ABSTRACT

This study explores how brand image, brand awareness, brand love, and brand equity influence purchasing decisions. This study takes a title “Predicting the Purchase Decision NVIDIA Graphic Card”. The study surveyed NVIDIA graphics card users in Indonesia using a questionnaire distributed through social media. The analysis revealed several key findings: brand image significantly influences purchasing decisions, while brand awareness does not. Brand love has a positive and significant impact on purchasing decisions, and brand equity also significantly influences purchasing decisions for NVIDIA graphics cards. The research suggests that maintaining a positive brand image is crucial for improving purchasing decisions. Increasing brand awareness through social media advertising is also important. Building brand love through community engagement and creating a positive relationship between NVIDIA and consumers is recommended. Additionally, increasing brand equity can boost sales and solidify NVIDIA as the top choice for consumers in need of a graphics card. This study has found that brand image, brand love, and brand equity positively impact the purchasing decisions of NVIDIA users in Indonesia. Meanwhile, brand awareness has no significant effect on the purchasing decisions of NVIDIA users in Indonesia. According to the research results, NVIDIA graphics cards need to maintain a positive brand image in the eyes of their customers. To increase brand awareness, NVIDIA should continue promoting its graphics cards on social media to ensure the public is informed about the brand and considers NVIDIA when making graphics card purchases. To cultivate brand love, NVIDIA should focus on making advancements in graphics card technology, so that users take pride in using NVIDIA graphics cards as they improve. In order to build brand equity, NVIDIA needs to improve its social media communication by highlighting the unique benefits of its graphics cards and demonstrating why they are superior to competitors. This approach will help NVIDIA appeal to a broader audience and attract more customers to their products.

Keywords : Brand Image, Brand Awareness, Brand Love, Brand Equity, Purchasing Decision, NVIDIA