

## ABSTRAK

**Sahrul, NIM. 3402190498. “Pengaruh *Integrated Marketing Communication* dan *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen PT. Satwa Galuh Makmur Ciamis)” dibawah bimbingan Bapak Mochamad. Aziz Basari, S.Sos., M.M. sebagai (Pembimbing I) dan Ibu Wiwin Setianingsih, S.E., M.M. sebagai (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Integrated Marketing Communication* dan *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen PT. Satwa Galuh Makmur Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1]. Bagaimana pengaruh *integrated marketing communication* terhadap keputusan pembelian pada konsumen PT. Satwa Galuh Makmur Ciamis?; 2]. Bagaimana pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian pada konsumen PT. Satwa Galuh Makmur Ciamis?; 3]. Bagaimana pengaruh *integrated marketing communication* dan *brand equity* terhadap keputusan pembelian pada konsumen PT. Satwa Galuh Makmur Ciamis?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis. 1]. Bagaimana Pengaruh *integrated marketing communication* terhadap keputusan pembelian pada konsumen PT. Satwa Galuh Makmur Ciamis; 2]. Bagaimana Pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian pada konsumen PT. Satwa Galuh Makmur Ciamis; 3]. Bagaimana Pengaruh *integrated marketing communication* dan *brand equity* terhadap keputusan pembelian pada konsumen PT. Satwa Galuh Makmur Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis statistik dimana menggunakan koefisien korelasi sederhana dan berganda, regresi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, uji t, uji F. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1]. *Integrated marketing communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Satwa Galuh Makmur Ciamis; 2]. *Brand equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Satwa Galuh Makmur Ciamis; 3]. *Inegrated marketing communication* dan *brand equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen PT. Satwa Galuh Makmur Ciamis.

**Kata kunci : *Integrated Marketing Communication, Brand Equity dan Keputusan Pembelian***