

## ABSTRAK

Industri otomotif merupakan salah satu cabang industri manufaktur di Indonesia yang mempunyai catatan pertumbuhan ekonomi signifikan terkait dengan tingkat penjualan. Perkembangan dunia teknologi khususnya sepeda motor menjadi jawaban atas tuntutan masyarakat akan taraf dan kualitas hidup yang semakin meningkat. Bagi masyarakat saat ini, sepeda motor sangat menunjang mobilitasnya dalam melakukan berbagai aktivitas. Saat ini banyak sekali perusahaan sepeda motor yang meluncurkan inovasi-inovasi baru dalam menciptakan sepeda motor yang lebih berkualitas dan canggih. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sosial media berpengaruh terhadap ekuitas merek produk Honda. Untuk menganalisis trust berpengaruh terhadap ekuitas merek produk Honda. Untuk menganalisis ekuitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Honda. Untuk menganalisis sosial media berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan ekuitas merek sebagai variabel intervening. Untuk menganalisis trust berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan ekuitas merek sebagai variabel intervening.

Populasi dari penelitian ini adalah Konsumen produk Honda di Semarang. sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 responden. Namun peneliti memilih 100 responden untuk mengurangi tingkat kesalahan. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti menggunakan alat bantu yang telah diidentifikasi untuk memperoleh data atau informasi secara langsung. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui instrumen survei yaitu kuesioner

Kesimpulan pada penelitian ini adalah sosial media berpengaruh positif terhadap ekuitas merek produk Honda. Trust berpengaruh positif terhadap ekuitas merek produk Honda. Ekuitas merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Honda. Ekuitas merek dapat menjadi intervening pengaruh sosial media terhadap keputusan pembelian. Ekuitas merek dapat menjadi intervening pengaruh trust terhadap keputusan pembelian.

**Keywords:** Sosial Media; Ekuitas Merek; Trust; Sosial Media