

Keterangan:

Y	= keputusan konsumen
a	= konstanta
b	= koefisien regresi
X1	= kesadaran nama
X2	= kesan kualitas
X3	= asosiasi merek
X4	= loyalitas merek
E	= error ³⁹

³⁹ Darma Kusuma Moh.Zen, 2012. *"Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Isotonik Pocari Sweat (studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan bisnis Universitas Diponegoro Semarang)"*, Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, Hal 46