

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