

ABSTRAK

Setiap konsumen memiliki pertimbangan masing-masing dalam memutuskan sesuatu termasuk dalam keputusan pembelian. Terlebih jika barang yang ingin mereka beli bernilai tinggi tentu banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, loyalitas merek dan *esteem needs* terhadap keputusan pembelian iPhone 6. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan pengguna iPhone 6 yang bekerja di gedung Palma One dan Menara Palma (Kuningan, Jakarta Selatan) yang berjumlah 2085 orang, sedangkan populasi yang digunakan yaitu sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sample menggunakan teknik *accidental sampling* dan untuk analisis data menggunakan metode analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan program *SPSS 17*. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Citra Merek dan *Esteem Needs* sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Loyalitas Merek secara signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: (citra merek, loyalitas merek, esteem needs, keputusan pembelian)

ABSTRACT

Every customer has their each consideration in deciding something included in the purchase decision. Especially if the goods they want to purchase has a high value, of course many factors affect that purchase decision. This study aimed to determine the effects of brand image, brand loyalty and esteem needs on purchasing decisions of iPhone 6. The population in this study were employees of iPhone 6 users who work in the Palma One and Menara Palma building (Kuningan, South Jakarta), totaling 2085 people, while the population used as many as 100 people. Sampling technique used is accidental sampling and data analysis used the method of multiplied regression by using *SPSS 17*. Based on the results, it can be concluded that the Brand Image and Esteem Needs equally positive and significant influence on purchasing decision, whereas Brand Loyalty did not significantly influence on purchasing decision.

Keywords: (brand image, brand loyalty, esteem needs, purchasing decisions)