

## **ABSTRAK**

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek, desain produk dan iklan terhadap keputusan pembelian susu kental manis Frisian Flag (studi kasus pada *store* Giant Cimanggis). Objek penelitian ini adalah konsumen Giant Hypermarket yang melakukan pembelian susu kental manis Frisian Flag. Penelitian ini dilakukan terhadap 250 orang responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif melalui kuesioner dengan beberapa pertanyaan. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistic dalam bentuk analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, variabel ekuitas merek, desain produk dan iklan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu kental manis Frisian Flag di *store* Giant Cimanggis. Hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial (Uji t) dan uji simultan (Uji F) yang menunjukkan nilai positif dan signifikan yang mendukung hipotesis.

Kata kunci: Pengaruh, Ekuitas Merek, Desain Produk, Iklan, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*This study was to determine the effect of brand equity , product design and advertising on purchasing decisions Frisian Flag Sweetened Condensed Milk ( a case study in store Giant Cimanggis ) . The object of this study is consumers in Giant Hypermarket who make purchases of Frisian Flag sweetened condensed milk. This study was conducted on 250 respondents using quantitative descriptive approach through a questionnaire with several questions .Therefore , the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of multiple linear regression analysis .*

*The results showed that partially or simultaneously , variable brand equity , product design and advertising has a positive and significant influence on purchasing decisions Frisian Flag sweetened condensed milk at the store Giant Cimanggis . This is evidenced from the results of the partial test ( t test ) and a simultaneous test ( F test) showed a positive and significant values that support the hypothesis.*

*Keywords:* Effect, brand equity, product design, advertising, purchase decisions

