

ABSTRACT

This research aims to know the influence of brand equity and quality product concerning blackberry buying interest. The sample for this research is MercuBuana's university student. The total sample 100 respondent consist of student form faculty of economic and business

There search showed that either partially or simultaneously, the variabel of brand equity and quality product influence blackberry buying interest. It is proven from the result of (f) simultan test which show significant point (0.000) which is much smaller than alpha 0.05 along with the result of (t), Brand Equity has no significant impact due to its alpha value above than 0,05, but quality product has significant impact due to its alpha value below than 0,05.

Keyword: *brand equity, quality product, buying interest*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek dan kualitas produk terhadap minat pembeli Blackberry. Tempat penelitian ini adalah Universitas Mercu Buana, yang berlokasi di Meruya. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, variabel ekuitas merek dan kualitas produk terhadap minat pembelian Blackberry di FEB Mercu Buana. Hal ini membuktikan dari hasil uji simultan (uji F) yang menunjukkan nilai signifikan 0,000 dan lebih kecil dari nilai alfa 0,05. Hasil uji parsial (uji t) ekuitas merek tidak berpengaruh secara signifikan karena di atas alpha 0,05, tetapi kualitas produk berpengaruh secara signifikan karena di bawah alpha 0,05.

Kata kunci: ekuitas merek, kualitas produk, minat pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA