

## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Harga, Ekuitas Merek dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa/I Universitas Mercu Buana. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, Variabel Harga, Ekuitas Merek dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa/I Universitas Mercu Buana. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil parsial (uji t) juga menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara Harga, Ekuitas Merek dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa/I Universitas Mercu Buana.

**Kata kunci : Harga, Ekuitas Merek, Atribut Produk, Keputusan Pembelian iPhone, Mahasiswa/i Universitas Mercu Buana.**



## **ABSTRACT**

*This research aims to know the influence of price, brand equity and product attribute to iphone purchase decision. The object for this research is college student in Univesity Mercu Buana. This research was done to 100 respondents by using quantitative-descriptive approach. Thus, data analysis which is used is statistic analysis in the form of double linear regression test.*

*The result of this research shows that either simultaneously or partially, the variable of price, brand equity and product attribute to iphone purchase decision on the students university Mercu Buana. It has been proven from the result of (f) simoultant test and the result of (t) partial shows significant point of three independent variables that supports the hipotesys. There fore, the accepted assumption is, there is influence between price, brand equity and product attribute to iphone purchase decision on the students of University Mercu Buana.*

**Keywords : Price, brand equity, product attribute, iPhone purchase decision, the students of University Mercu Buana.**

