

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY ON PURCHASE INTENTION IN SAMSUNG SMARTPHONE PRODUCTS AMONG STUDENTS IN FACULTY OF PSYCHOLOGY MERCU BUANA UNIVERSITY JAKARTA***

**ABSTRAC**

*The purpose of this research is to notice the influence between brand equity against purchase intention. The subject that used in this research is student of Faculty of Psychology Mercu Buana University Jakarta with a population of 527 students. The sampling techniques that used in this research is accidental sampling techniques. Data analysis using sample regression test with T test. The research concluded that there is influence of brand equity against the purchase intention of 29.2%. especially on the dimensions of perceived quality, that is consider to buy and interest to try the product.*

*Keywords : brand equity, purchase intention*

**PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP PURCHASE INTENTION  
PADA PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG DIKALANGAN  
MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat adanya pengaruh antara *brand equity* terhadap *purchase intention*. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta dengan jumlah populasi 527 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Accidental Sampling*. Analisis data menggunakan uji regresi sederhana dengan uji T. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh *brand equity* terhadap *purchase intention* sebesar 29,2%. Adapun terutama pada dimensi *perceived quality*, yaitu mempertimbangkan untuk membeli dan ketertarikan untuk mencoba produk.

*Kata Kunci : brand equity, purchase intention*