ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Word of Mouth*, Ekuitas Merek, *Brand Image* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Iphone* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Jurusan Manajemen Bp 19 Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang. Variabel penelitian yaitu *Word of Mouth* (X1), Ekuitas Merek (X2), *Brand Image* (X3), Harga (X4) dan Keputusan Pembelian (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah 825 Mahasiswa Jurusan Manajemen Bp 19 yang sedang menggunakan atau pernah menggunakan *smartphone Iphone* sebelumnya, cara pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan sampel sebanyak 90 responden dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukan bahwa a) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian, b) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian, c) Tidak terdapat pengaruh signifikan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian, d) Tidak terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian, e) Terdapat pengaruh *Word of Mouth*, Ekuitas Merek, *Brand Image* dan Harga secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian yaitu sebesar 60% sedangkan sisanya adalah 40% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, *Word of Mouth*, Ekuitas Merek, *Brand Image*, Harga

ABSTRACT

This study aims to find out how much influence Word of Mouth, Brand Equity, Brand Image and Price have on Iphone Purchase Decisions in Students of the Faculty of Economics & Business Management Department Bp 19 Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang. The research variables are Word of Mouth (X1), Brand Equity (X2), Brand Image (X3), Price (X4) and Purchase Decision (Y). The population in this study were 825 students majoring in Management Bp 19 who were using or had used an Iphone smartphone before, the sampling method was using the Slovin formula with a sample of 90 respondents using the quantitative method. Methods data collection was carried out using a questionnaire. The data analysis method uses SmartPLS 3.0. The result of the study show that a) There is a positive and significant influence of Word of Mouth on Purchase Decisions, b) There is a positive and significant influence of Brand Equity on Purchase Decisions, c) There is no significant effect of Brand Image on Purchase Decisions, d) There is no significant effect of Price on Purchase Decisions, e) There is an influence of Word of Mouth, Brand Equity, Brand Image and Price together on Purchasing Decisions that is equal to 60% while the remaining 40% is explained by other variables outside this study.

Keywords : Purchase Decision, Word of Mouth, Brand Equity, Brand Image, Price