

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Atribut Produk, Ekuitas Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung**” yang ditulis oleh Eny Kurniawaty dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1742143319, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing oleh Dr. Agus Eko Sujianto, SE., MM.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menguji pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian pengguna *notebook* Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, (2) menguji pengaruh Ekuitas merek terhadap keputusan pembelian pengguna *notebook* Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, (3) menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pengguna *notebook* Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, (4) menguji pengaruh atribut produk, ekuitas merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pengguna *Notebook* Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. Sementara metodenya menggunakan *simple random sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran angket kepada responden. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Metode analisis dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) atribut produk memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung, (2) ekuitas merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung, (3) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung, (4) secara simultan atribut produk, ekuitas merek, dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Kata Kunci: Atribut Produk, Ekuitas Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This thesis entitled "**The Influence of Product Attributes, Brand Equity, and Product Quality Against Acer Notebook Purchase Decision on Students' FEBI IAIN Tulungagung** " written by Eny Kurniawaty with Student Identity Number (NIM) 1742143319, Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung with Advisor by Dr. Agus Eko Sujianto, SE., MM.

The Research in this thesis background by the high growth rate of Acer notebook users in the community, especially among students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Tulungagung. The objective of this research to: (1) examine the effect of product attributes on the purchasing decision of Acer notebook users to the Student of Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Tulungagung, (2) examine the effect of brand equity on the purchasing decision of Acer notebook users to Student of Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Tulungagung , (3) examine the effect of product quality on purchasing decision of Acer notebook user to Student of Faculty of Economics and Islamic Business of IAIN Tulungagung, (4) examine the effect of product attribute, brand equity, and product quality to purchase decision of Acer Notebook user to Faculty of Economics and Business Student Islam IAIN Tulungagung.

This research uses quantitative approach method with associative research type. Sampling using probability sampling technique. While the method uses simple random sampling. The data used in this study is the primary data obtained from the questionnaire to the respondents. The number of samples used in this study as many as 100 respondents. The population of this research is Student of Faculty of Economics and Islamic Business of IAIN Tulungagung. Analysis method in this research is validity test, reliability test, normality test, classical assumption test, multiple linear regression test, hypothesis test and coefficient of determination test.

The result of research indicates that: (1) product attribute have positive but not significant influence to Acer notebook purchase decision at FEBI IAIN Tulungagung Student, (2) brand equity has positive and significant influence to Acer notebook purchase decision at FEBI IAIN Tulungagung Student, (3)) product quality has a positive and significant influence on Acer notebook purchase decision in FEBI IAIN Tulungagung Student, (4) simultaneously product attribute, brand equity, and product quality have positive and significant influence to Acer notebook purchase decision at FEBI IAIN Tulungagung Student.

Keywords: Product Attributes, Brand Equity, Product Quality, and Purchase Decision