

ABSTRAK

Perumusan Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *brand equity*, harga dan minat beli terhadap keputusan pembelian Indomie goreng pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember secara parsial dan simultan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *brand equity*, harga dan minat beli terhadap keputusan pembelian Indomie goreng pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 80 responden. Hasil uji yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *brand equity* memiliki signifikansi sebesar $(0,241) >$ dari $(0,05)$ yang berarti *brand equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel harga memiliki signifikansi sebesar $(0,002)$ dan variabel minat beli sebesar $(0,004) <$ dari $(0,05)$ yang berarti harga dan minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial dan simultan.

Kata Kunci: Indomie Goreng Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, *Brand equity*, Harga, Minat Beli dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Formulation of the problem in this research is how the influence of brand equity, pricing and buying interest on buying decision against fried instant noodle on University students Muhammadiyah Jember partially and simultaneously. Objective is to review determine the effect of brand equity, pricing and buying interest on buying decision against fried instant noodle on University Economic Students Muhammadiyah Jember. With quantitative descriptive research type using purposive sampling method with sample of 80 respondents. The test result showed that the variables of brand equity has a significance of $(0.241) > (0.05)$ which means using no significant effect of brand equity against buying decision. While the price variables have significant buying interest of (0.002) and $(0.004) < (0.05)$ which means of buying interest rates and significant effect buying decision against good operates partial and simultaneous.

Keywords: Fried instant noodle on University Economics Students of Muhammadiyah Jember, Brand Equity, Pricing, Buying Interest and Purchase Decision.