

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini 1 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ekuitas merek (Kesadaran merek, Asosiasi merek, Persepsi merek dan Loyalitas merek) terhadap keputusan konsumen dalam membeli *handphone* merek Xiaomi 2) Untuk mengetahui variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Xiaomi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen *handphone* Xiaomi. Populasi ini jumlahnya banyak, tersebar dan tidak diketahui secara pasti dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 80 responden. Dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli *handphone* merek Xiaomi di Universitas Muhammadiyah Jember 3) Asosiasi merek merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi ekuitas merek terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Xiaomi.

**Kata Kunci:** Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian, Handphone Merek Xiaomi

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was (1) to analyze the influence of brand equity (brand awareness, brand association, brand perception, and brand loyalty) on consumers' decision to purchase XiaomiHandphone and (2) to examine the most dominant variable that influenced purchasing decision of XiaomiHandphone among students of University of MuhammadiyahJember. This study applied descriptive with survey design. The subjects of this study were 80 students. The data were analyzed using Multiple Linear Regression Analysis. The results of the study showed that (1) brand equity positively significant influenced consumers' decision to purchase XiaomiHandphone among students of University of MuhammadiyahJember; and (2) the most dominant variable that influenced purchasing decision among students of University of MuhammadiyahJember was association brand.*

**Keywords:** *brand equity, purchasing decision, Xiaomi Handphone*