

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, EKUITAS MEREK DAN *E-COMMERCE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MICROPHONE MEREK SHURE DI PT. SIERRA MANDIRI DISTRIBUSINDO

Oleh :

Ferren (163304020435)

Email : verensharapovaaa@gmail.com

Vincent Wang Jaya (163304020449)

Email : vincent.wangjaya@yahoo.co.id

Sylvia (163304020531)

Email : sylviaathaii@gmail.com

Yollanda (163304020529)

Email : yollandaswan1998@gmail.com

Monica Tanry (163304020528)

Email : monicatanry99@gmail.com

Sufika Sary, S.Pd., M.Si.

Email : sufikasary6@gmail.com

Studi ini dilakukan untuk menganalisis dan menguji pengaruh harga, ekuitas merek dan *e-commerce* terhadap keputusan pembelian microphone merek shure di PT. Sierra Mandiri Distribusindo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, deskriptif dan hubungan kausal. Jumlah populasi pelanggan PT. Sierra Mandiri Distribusindo berjumlah 178 pelanggan, sampel dicari dengan rumus Slovin sebanyak 124 pelanggan. Metode analisa data yang digunakan adalah asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji hipotesis. Secara parsial hasil penelitian harga memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap keputusan pembelian, ekuitas merek dan *e-commerce* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Secara serempak harga, ekuitas merek dan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian microphone merek Shure di PT. Sierra Mandiri Distribusindo. Besarnya variasi keputusan pembelian yang dapat dijelaskan oleh variabel harga, ekuitas merek dan *e-commerce* adalah sebesar 38,5% selebihnya sebesar 61,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *Harga, Ekuitas Merek, e-Commerce dan Keputusan Pembelian.*