

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2022

Fifi Ajeng Anggraini  
120.2018.249

**Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Ekuitas Merek, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian pada *Smartphone* iPhone serta Tinjauan dari sudut pandang Islam**  
112 halaman + x halaman + 23 tabel + 3 gambar dan 3 lampiran

### Uraian Abstrak

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Ekuitas Merek, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian pada *Smartphone* iPhone serta Tinjauan dari sudut pandang Islam sampel dalam penelitian adalah 96 pembeli dan pengguna *Smartphone* iPhone pada masyarakat di Daerah DKI Jakarta. Tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrume kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis *Partial Least Square Structural Equation modelling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Inovasi Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (2) Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (3) Ekuitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (4) Desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut pandangan Islam jika ingin meningkatkan keputusan pembelian konsumen, perusahaan harus dapat mempertahankan ekuitas merek dan desain pada perusahaan sesuai dengan prinsip dan syariat Islam yaitu ketika sebuah produk memiliki sebuah kualitas yang tinggi maka produk tersebut akan menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

**Kata Kunci : Inovasi Produk, Kualitas Produk, Ekuitas Merek, Desain, Keputusan Pembelian, Islam**

## ABSTRACT

*Faculty Of Economy And Bussiness  
Study Program S-I Management  
2022*

*Fifi Ajeng Anggraini  
120.2018.249*

*The Influence of Product Innovation, Product Quality, Brand Equity, and Design on Purchase Decisions on iPhone Smartphones and an Islamic Viewpoint  
112 pages + x pages + 23 tables + 3 pictures and 3 attachments*

### **Abstract Description**

*This study aims to determine the effect of product innovation, product quality, brand equity, and design on purchasing decisions on iPhone smartphones and a review from an Islamic point of view. The sample in this study was 96 iPhone smartphone buyers and users in the DKI Jakarta area. The sampling technique used is purposive sampling. Data were collected using a survey method with a questionnaire instrument. The data analysis method used is Partial Least Square Structural Equation modeling analysis. The results showed that (1) Product Innovation had an insignificant effect on purchasing decisions (2) Product Quality had an insignificant effect on purchasing decisions (3) Brand Equity had a positive and significant effect on purchasing decisions (4) Design had a positive and significant effect on purchasing decisions. According to the Islamic view, if you want to improve consumer purchasing decisions, companies must be able to maintain brand equity and design in the company in accordance with Islamic principles and sharia, namely when a product has a high quality, the product will attract consumers to buy the product.*

**Keywords: Product Innovation, Product Quality, Brand Equity, Design, Purchase Decision, Islam**