

ABSTRAK

Nadia Shafira Satriani (1199240124) : “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung”

Di era globalisasi saat ini teknologi semakin canggih yang tentunya dipengaruhi oleh perkembangan yang semakin modern, salah satu contoh teknologi yang terus meningkatkan kualitasnya yaitu *Smartphone*. Masuknya berbagai merek dari produk *smartphone* luar ke Indonesia akan semakin membuat masyarakat mencari tau informasi pada setiap kelemahan dan keunggulannya tersendiri, begitu pun informasi Harga, Kualitas dan *Brand Image* untuk menciptakan suatu keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Tujuan dari pada penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen *smartphone* Samsung, kemudian untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen *smartphone* Samsung, lalu untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada konsumen *smartphone* Samsung serta untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan *brand image* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen *smartphone* Samsung.

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan verikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *non probability sampling* dan *purposive sampling*, penentuan sampel menggunakan teori Roscoe dengan hasil 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner *online* dengan media Google Form. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif Statistik, Uji Instrumen Data, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis, serta Uji Koefisien Determinasi diolah menggunakan program software SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk dan *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hubungan yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang tinggi.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nadia Shafira Satriani (1199240124): "The Influence of Price, Product Quality, and Brand Image on the Purchase Decision of Samsung Smartphones"

In the current era of globalization, technology is becoming increasingly sophisticated, influenced by modern developments. One example of advancing technology is smartphones. With the entry of various foreign smartphone brands into Indonesia, consumers are increasingly seeking information about their strengths and weaknesses, as well as details about Price, Product Quality, and Brand Image to make informed purchase decisions.

The objectives of this study are as follows: to determine the influence of price on the purchase decision of Samsung smartphone consumers, to assess the impact of Product Quality on the purchase decision of Samsung smartphone consumers, to investigate the influence of Brand Image on the purchase decision of Samsung smartphone consumers, and to examine whether Price, Product Quality, and Brand Image simultaneously influence the purchase decision of Samsung smartphone consumers.

The research method used is descriptive and verificative with a quantitative approach. The sampling technique employed is non-probability sampling with purposive sampling, and the sample size consists of 100 respondents based on Roscoe's theory. Data is collected through the distribution of online questionnaires using Google Form. Data analysis techniques include Descriptive Statistical Analysis, Data Instrument Test, Multiple Linear Regression Analysis, Hypothesis Testing, and Coefficient of Determination test processed using SPSS software version 26.

Based on the partial results, it is found that (1) Price has a positive and significant influence on the purchase decision, (2) Product Quality has a positive and significant influence on the purchase decision, and (3) Brand Image has a positive and significant influence on the purchase decision. Simultaneously, Price, Product Quality, and Brand Image collectively have a positive and significant influence on the purchase decision. The relationships investigated in this study exhibit a high level of correlation.

Keywords: Price, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision.