

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung di Jakarta Timur. Responden yang menjadi objek penelitian adalah nasabah Bank BNI cabang RSUD Pasar Rebo Jakarta Timur.

Penelitian ini dilakukan terhadap 145 responden yang sudah ditentukan karakteristiknya. Teknik pengambilan data dengan menggunakan metode non probability sampling dengan convenience sampling. Uji yang digunakan adalah analisa regresi linear berganda.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek signifikan terhadap keputusan pembelian, harga tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun pada saat dilakukan penelitian secara serempak dengan menggunakan uji (F) maka ketiga variabel tersebut signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada saat dilakukan uji determinasi hasil yang didapat adalah 67,3% sumbangan yang diberikan dari ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung tersebut.

Kata Kunci : Perkembangan Ilmu Teknologi, Budaya , Orientasi Pasar, pertumbuhan pasar Smartphone.

ABSTRACT

This research was conducted determines the influence of the brand image, price, and quality of products on purchase decision smartphone Samsung brands in East Jakarta. Respondents who becomes the object of study is a customer of Bank BNI Pasar Rebo Hospital.

This study was conducted on 145 respondents who have been determined characteristics. Data collection techniques by using non-probability sampling method with convenience sampling. Test used is multiple linear regression analysis.

Results showing that significantly Brand Image on purchasing decisions, the prices are not significantly influence purchasing decisions, product quality significantly influence purchasing decisions. But when the research was done simultaneously by using test (F) then these three variables significantly influence purchasing decisions. At the time of determination test results obtained was 67.3% of the contributions of these three variables on purchase decisions smartphone Samsung brands.

Keywords : Development of Science Technology, Culture, Market Orientation, the growth of the smartphone market.