

Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Smartphone Samsung, Nicho Ari Pratama, Ali Muhajir, S.E, M.M, Martha Laila Arisandra S.E, M.M., Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian pada produk smartphone Samsung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental sampling* dan data diperoleh dari penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan uji kuesioner, uji asumsi klasik, uji hipotesis, regresi linier berganda dan koefisien determinasi (R^2). Dan diolah menggunakan SPSS versi 22. Hasil analisis yang didapat menunjukkan bahwa citra merek secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian pada smartphone Samsung dibuktikan dengan $T_{hitung} 2,597 > T_{tabel} 1,660$. Variabel harga berpengaruh secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian pada smartphone Samsung dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} 2,492 > T_{tabel} 1,660$. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada smartphone Samsung Samsung dibuktikan dengan $T_{hitung} 4,307 > T_{tabel} 1,660$. Variabel citra merek, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian dibuktikan dengan $F_{hitung} 9,027 > F_{tabel} 2,14$. Dan nilai *adjusted r square* sebesar 0,887 atau 88,7%.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian