

# **PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG**

Oleh

**Fransiska Lopes Da Cruz, NIM 1817041231**

**Jurusan Manajemen**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian baik secara simultan ataupun secara parsial, pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung, dan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung. Desain pada penelitian ini adalah kuantitatif kausal, dengan subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen dari *smartphone* merek Samsung dengan objek penelitian yaitu *brand image*, kualitas produk dan keputusan pembelian. Teknik pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Jumlah sampel minimal adalah sebesar 50 responden dan jumlah sampel maksimalnya sebesar 100 responden, sehingga pada penelitian ini responden yang digunakan sebanyak 80 orang responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *brand image* dan kualitas produk secara positif dan signifikan memiliki berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (2) *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) kualitas produk secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** *brand image*, kualitas produk, keputusan pembelian

## ***Abstract***

*Researchers conducted a study with a mission to find out the effect of variable elements and the influence of independent variable elements on the dependent variable elements, both the effects that were raised simultaneously or partially. Researchers are interested in implementing a design model in causal quantitative research, using the subject of people who participate as consumers of Samsung brand smartphones by choosing the object of research is the brand image variable element, product quality variable element and purchasing decision variable element. The form of a technique in conducting sample collection activities applies probability sampling with an interest in using simple random sampling. In this study, 80 respondents were selected. The method or form of conducting a data*

*collection is applying the questionnaire method which is then carried out in the analysis stage of multiple linear regression analysis. The results of this study led to the results, namely: (1) The variable element of the brand image and the variable element of the product quality gave rise to a concurrent contribution of positive and significant value to the variable element of the purchasing decision. (2) The element of the brand image variable gives rise to a positive and significant contribution of influence on the variable element of the purchasing decision. (3) The product quality variable element gives rise to a positive and significant contribution of influence on the purchasing decision variable element.*

**Keywords:** *brand image, product quality, purchasing decisions*

