

ANALISIS PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG PADA KECAMATAN GUNUNG PUYUH KOTA SUKABUMI

ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRICE, BRAND IMAGE, AND PRODUCT ATTRIBUTES ON PURCHASING DECISIONS FOR SAMSUNG MOBILE PHONES IN GUNUNG PUYUH DISTRICT, SUKABUMI CITY

ABSTRAK

Price, brand image, and product attributes are very important to achieve company goals. Therefore, with an affordable price, superior brand image and good product attributes, it makes it easier for consumers to make purchasing decisions. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price, brand image, and product attributes on purchasing decisions for Samsung mobile phones in Gunung Puyuh District, Sukabumi City. The method used is descriptive and verification. The sampling method is non-probability sampling, while the sampling technique used is by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis tool used was multiple linear regression analysis. The results showed that simultaneously and partially the variables of price, brand image, and product attributes had a positive and significant effect on purchasing decisions for Samsung mobile phones in Gunung Puyuh District, Sukabumi City.

Keywords: Price, Brand Image, Product Attributes, Purchase Decision

ABSTRAK

Harga, *brand image*, dan atribut produk sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu dengan adanya harga yang terjangkau, *brand image* yang unggul serta atribut produk yang baik, maka memudahkan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, *brand image*, dan atribut produk terhadap keputusan pembelian *Handphone* Samsung pada Kecamatan Gunung Puyuh Kota Sukabumi. Metode yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Metode pengambilan sampel dengan *non probability sampling*, sedangkan teknik sampel yang digunakan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Alat analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial variabel harga, *brand image*, dan atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Handphone* Samsung pada Kecamatan Gunung Puyuh Kota Sukabumi.

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

