

## ABSTRAK

David Lokyto - 01011170074

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG**

(xiii + 96 halaman: 6 gambar 22 tabel)

Samsung adalah perusahaan yang pada hampir setiap tahunnya menjadi market leader pada smartphon namun pada tahun 2019 lalu, Samsung mengalami penurunan pada penjualannya. Pada 1Q19, Samsung adalah perusahaan smartphone yang memiliki penjualan terbesar hingga melebihi 30% dari marketshare Indonesia, tetapi pada 3Q19, Samsung mengalami penurunan hingga kurang dari 20% marketshare di Indonesia, sedangkan kompetitor Samsung seperti Vivo, Realme dan Oppo mengalami kenaikan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian Samsung. Populasi pada peneliti ini adalah pengguna smartphone khususnya Samsung, sedangkan sampel yang digunakan adalah pengguna smartphone Samsung yang pernah melakukan pembelian setidaknya satu kali. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel Non-Probability Purposive Sampling dengan menyebarkan Kuesioner online terhadap 120 responden. Data yang diperoleh akan diolah menggunakan metode Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi dan citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung. Sedangkan persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian smartphone Samsung. Penelitian ini memberikan kontribusi implikasi manajerial kepada Samsung yang diharapkan membantu Samsung dalam memberikan feedback produk setelah pembelian, dan menambah fitur lainnya terhadap produk yang ditawarkan oleh Samsung.

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian, Promosi, Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga

**Referensi:** 55