

PENGARUH MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI TOKO MODELUX PEKANBARU

MIRA ASTARINA
NIM. 11471205588

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada konsumen di Toko Modelux Pekanbaru, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Toko Modelux Pekanbaru. Dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y) dan tiga variabel bebas yang terdiri dari Merek (X^1), Kualitas Produk (X^2), dan Promosi (X^3). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen di Toko Modelux Pekanbaru dengan sampel sebanyak 100 responden dengan kriteria berusia 20-30 tahun yang datang untuk membeli Smartphone Samsung. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampling yaitu purposive sampling dan dari analisis data penelitian menggunakan metode kuantitatif dan persamaan regresi berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Smartphone Samsung berpengaruh signifikan di Toko Modelux Pekanbaru. Dari perhitungan metode r square ini mengidentifikasi bahwa Merek, Kualitas Produk, dan Promosi berpengaruh sebesar 79,2% sedangkan sisanya sebesar 20,8% dipengaruhi oleh variabel lain seperti Harga, Persepsi, dan Motivasi. Oleh karena itu, melihat hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan maka perusahaan harus memperhatikan kualitas dengan tetap menjaga mutu produk yang dijual kepada konsumen. Selain itu Merek juga harus diberikan inovasi dan varian Merek yang lebih menarik bagi konsumen dan juga Kualitas Produk yang sesuai dengan kemampuan beli dan Promosi produk tersebut.

Kata kunci : Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian.