

ABSTRAK

Pada penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Harga dan Merek Pada *Smartphone* Di Indramayu”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* di Indramayu serta menganalisis bagaimana harga dan merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* di Indramayu.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sample yakni menggunakan *probability sampling* yaitu *simple random sampling* dengan sample berjumlah 385 orang. Teknik analisis data yakni analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yakni dengan menggunakan uji simultan mendapatkan hasil harga dan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* di Indramayu. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan $F_{hitung} (127,022) > F_{tabel} (3,02)$ dengan tingkat sig $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji-t) didapat hasil variable harga dan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* di Indramayu. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa korelasi harga dan merek sebesar 39,9% terhadap keputusan pembelian dan 60,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kesimpulan penelitian ini yakni, bahwa Harga dan Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* di Indramayu sudah masuk dalam kategori sedang. Sehingga perlu ada faktor lain yang dikembangkan untuk peneliti selanjutnya.

Kata kunci: Harga, Merek, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of price and brand on smartphone purchase decision in Indramayu and to analyze how price and brand effect smartphone purchase decision in Indramayu.

This study used quantitative associative research. We used incidental sampling, a type of probability sampling, with a total number of 385 respondents. The data was analysed descriptively and the type hypothesis was tested using multiple linear regression analysis.

The results show with a high degree of certainty price and brand moderately influence purchase decision in Indramayu. This is demonstrated by the $F_{count} (127,022) > F_{table} (3,02)$ with a significance of $0,000 < 0,005$. Based on the partial hypothesis test (t -test), the result showed each brand and price affect purchase decision in Indramayu. The result of coefficient of determination showed smartphone purchase decision at Indramayu was able to explain 39,9% purchase decision. The remaining 60,1% was affected by other factors not examined in this research.

This study concludes price and brand have a moderate effect on smartphone purchase choice in Indramayu. More research is needed to further explain other factors driving smartphone purchase decision in Indramayu.

Keywords: Price, Brand, and Purchase Decision