**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul Pengaruh Harga dan Fitur Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy J (Survei pada Mahasiswa/i Jurusan Manajemen Universitas Pasundan Bandung) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Harga terhadap proses keputusan pembelian, pengaruh Fitur Produk terhadap proses keputusan pembelian, dan pengaruh Harga dan Fitur Produk terhadap proses keputusan pembelian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Survei Kuesioner dan Studi Kepustakaan. Dalam penentuan sampel digunakan teknik *Incidental Sampling*, sampel dalam penelitian ini sebanyak 92 kemudian ditingkatkan menjadi 100 responden dan diperoleh dari populasi sebanyak 1132 Mahasiswa/i aktif yang berasal dari Jurusan Manajemen Universitas Pasundan Bandung, dengan menggunakan rumus Slovin. Skala yang digunakan adalah Skala Semantic differential dengan instrumen penelitian berupa angket/kuesioner. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, uji hipotesis yaitu uji F dan uji t, serta analisis koefisien determinasi simultan dan parsial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,593 pada signifikansi 0,000 dan thitung > ttabel (4,714 > 1,660 ); (2) Fitur Produk berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,458 pada signifikansi 0,000 dan thitung > ttabel (3,928 > 1,660 ); (3) Harga dan Fitur Produk memiliki pengaruh secara simultan pada signifikansi 0,000 dan Fhitung > Ftabel (20,117 > 3,09); (4) Besarnya pengaruh Harga dan Fitur Produk terhadap proses keputusan pembelian secara simultan adalah 29,3% dan besarnya pengaruh secara parsial Harga adalah 17,13% dan Fitur Produk adalah 12,17%.

Kata kunci: Harga, Fitur Produk dan Proses Keputusan Pembelian

**ABSTRACT**

This research entitled Influence of Price and Product Feature To The Purchasing Decision Process of Smartphone Samsung Galaxy J Series (Survey on Student / Study Program Management of Pasundan University Bandung) The purpose of this research is to know and analyze the influence of Price to purchasing decision process, purchase decisions, and the effect of Price and Product Features on the buying decision process. Data collection techniques used are the Questionnaire Survey and Library Studies. In the sample determination used incidental sampling technique, the sample in this study as much as 92 then increased to 100 respondents and obtained from the population of 1132 students who active from the Study Program of Management of Pasundan University Bandung, using the Slovin formula. Scale used is Semantic differential scale with research instrument in the form of questionnaire / questionnaire. The research method used is multiple linier regression analysis, multiple correlation analysis, hypothesis test that is F test and t test, and simultaneous and partial determination coefficient analysis.

The results of this study indicate that: (1) Price has a positive effect on purchasing decision process with regression coefficient of 0,593 at significance 0,000 and tcount> ttable (4,714> 1,660); (2) Product Features positively affects the purchasing decision process with regression coefficient of 0.458 at the significance of 0.000 and tcount> ttable (3.928> 1.660); (3) Price and Product Feature have influence simultaneously on the significance of 0.000 and Fcount> Ftable (20,117> 3,09); (4) The amount of influence Price and Product Features to the process of purchase decision simultaneously is 29.3% and the magnitude of partial influence Price is 17.13% and Product Features is 12.17%.

Keywords: Price, Product Features and Purchase Decision Process