

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fitur produk dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian smartphone smartfren baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 93 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuisisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fitur produk berada pada kategori baik dan citra merek berada pada kategori cukup baik. Sedangkan untuk variabel proses keputusan pembelian berada pada kategori tidak baik. Secara parsial citra merek lebih besar pengaruhnya terhadap proses keputusan pembelian yaitu sebesar 59,8%. Sedangkan fitur produk pengaruhnya terhadap proses keputusan pembelian yaitu sebesar 17,9%. Sehingga didapatkan pengaruh fitur produk dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian sebesar 77,7%.

Kata Kunci : Fitur Produk, Citra Merek dan Proses Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence the product features and brand image on purchase decision process on smartphone smartfren branch either partially or simultaneously. The research method used is descriptive and verification with a sample of 93 respondents. Data collection techniques used were observation, interviews and distributing questionnaires. Data analysis methods used are multiple linear regression analysis, multiple correlation, hypothesis testing and coefficient of determination.

The results of this study indicate that the product features variable is in the good category and the brand image is in the quite good category. Whereas the purchase decision process variable is in the not good category. Partially, brand image has a greater influence on purchase decision process, which is 59.8%. While the product features effect on purchase decision process is 17.9%. So we get the influence of product features and brand image on purchase decision process of 77.7%.

Keywords: product features, brand image and Purchase Decision process