

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HANDPHONE NOKIA DI SEMARANG

WANDY CHANG

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 211200901879@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih terhadap pembelian konsumen. Konsumen mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian atau pilihan menggunakan waktu, maka konsumen tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu atau mengambil tindakan tertentu, maka keadaan satu-satunya tanpa pilihan lain ini bukanlah suatu keputusan. Banyak faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya diferensiasi produk, citra merek dan harga. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh diferensiasi produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna handphone Nokia di Kota Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 100 konsumen. Jenis data yang digunakan data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1) Diferensiasi produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2). Citra merek terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3). Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF PRODUCT DIFFERENTIATION, BRAND IMAGE , AND PRICE ON NOKIA MOBILE CONSUMER PURCHASING DECISIONS IN SEMARANG

WANDY CHANG

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 211200901879@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRACT

Purchasing decisions is the selection of two or more alternative choice on the consumer purchases. Consumers have a choice between making a purchase and do not make a purchase or option to use the time,so the consumer is in a position to take a decision. Conversely, if consumers have no alternatives to choose and actually forced to make certain purchases or take a particular action, state the only one condition without the other options is not a decision,Many factors can influence purchasing decisions including product differentiation, brand image and price. The purpose of this study is to analyze the effect of product differentiation, brand image and price on purchasing decisions.

The population in this study is the Nokia mobile phone users in the Semarang city. Samples taken as many as 100 customers. The type of data used primary data. Methods of data collection using the questionnaire. The analysis technique used is multiple regression.

The results showed that : 1). Product differentiation proved positive and significant effect on purchasing decisions. 2). Brand image proved positive and significant effect on purchase decisions. 3). Price proved positive and significant effect on purchasing decisions.

Keyword : Product Differentiation , Brand Image, Price , Purchasing Decisions