

**Pengaruh Citra Merek, Desain, Fitur dan Harga terhadap Keputusan
Pembelian Produk Smartphone Apple Berbasis Ios
(Studi pada Mahasiswa/i Universitas Dian Nuswantoro Semarang)**

GILANG YUDA PRASETA

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201102361@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Globalisasi memiliki dampak dalam mengubah perekonomian dunia. Keputusan konsumen dalam memilih atau membeli merek yang kompetitif di pasar global menjadi semakin kompleks. Penelitian ini dilakukan untuk menilai perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh citra merek, desain, fitur dan harga. Sebuah merek yang diambil dalam penelitian ini adalah Apple. Fenomena yang terjadi saat ini adalah ketertarikan dari masyarakat sebagai pengguna barang elektronik, khususnya merek Apple yang banyak diminati. Hal ini pula yang menarik untuk diteliti sekaligus menjadi tujuan penelitian dalam mengetahui bagaimana citra merek, desain, fitur dan harga dari produk Apple yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan yang dilakukan oleh para konsumen. Penelitian ini dilakukan di Universitas Dian Nuswantoro. Ukuran sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis menggunakan F statistik untuk menguji pengaruh variabel secara simultan serta t statistik untuk menguji koefisien regresi parsial. Selain itu semua variabel telah diuji dengan uji Normalitas, uji Multikolinearitas, uji Heteroskedastisitas. Keempat variabel (citra merek, desain, fitur dan harga) berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian konsumen produk smartphone Apple berbasis iOS di Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan agar pihak manajemen dan departemen pemasaran perusahaan khususnya perusahaan Apple untuk mempertahankan citra merek desain, fitur dan harga yang akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Apple.

Kata Kunci : Citra Merek, Desain, Fitur , Harga dan Keputusan Pembelian

**The Effect of Brand Image, Design, Features and Price on
Purchasing Decision of iOS-Based Apple Smartphone
(Study on Students of Dian Nuswantoro University Semarang)**

GILANG YUDA PRASETA

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201102361@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Globalization has an impact in a changing world economy. Consumer decision in choosing or buying a brand competitive in the global market is becoming increasingly complex. This study is conducted to assess consumer behavior in determining purchase decisions influenced by brand image, design, features and price. A brand that is taken in this study is Apple. A phenomenon that happens now is the interest of society as users of electronic goods, especially the Apple brand in great demand. It is also interesting to study as well as a study destination in knowing how the brand image, design, features and price of Apple products are able to influence decisions made by the consumer. This research is conducted at the University of Dian Nuswantoro. The sample total is 100 respondents, type of data used are primary and secondary data. The Methods of data collection use the questionnaires. The data analysis techniques in this study use multiple linear regression analysis. The Hypothesis testing using the F statistic to test the effect of simultaneous variables and t statistic to examine partial regression coefficient. Besides that, all the variables are examined by normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test. Four variables (brand image, design, features and price) are positive and significant effect on consumer purchasing decisions of iOS-based Apple Smartphone at the University of Dian Nuswantoro Semarang. Based on the result, this research suggests that the management and marketing department of the company, especially the company Apple to maintain brand image, design, features and price that will influence the consumer's decision to buy Apple products.

Keyword : Brand Image, Design, Features, Price and Purchasing Decision