

Pengaruh Citra Merek, Desain, Fitur dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone di Semarang

FASCAL TRY ERYANTO

(Pembimbing : Dr. Agus Prayitno,)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201102373@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Beberapa tahun terakhir ini, dunia dipenuhi dengan tumbuh pesatnya industri telekomunikasi yang menjadi cermin dari ketat dan tingginya kebutuhan akan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat. Smartphone merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Banyak bermunculan merek-merek baru di dunia persaingan smartphone yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggulan mereka. Penelitian ini dilakukan untuk menilai perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh citra merek, desain, fitur dan promosi. Sebuah merek yang diambil dalam penelitian ini adalah Oppo smartphone. Fenomena yang terjadi saat ini adalah ketertarikan dari masyarakat sebagai pengguna barang elektronik, khususnya merek Oppo yang banyak diminati. Hal ini pula yang menarik untuk diteliti sekaligus menjadi tujuan penelitian dalam mengetahui bagaimana citra merek, desain, fitur dan promosi dari produk Oppo yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan yang dilakukan oleh para konsumen. Penelitian ini dilakukan di kota Semarang. 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 promosi) berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian konsumen produk oppo smartphone di kota Semarang. Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan agar pihak manajemen dan departemen pemasaran perusahaan khususnya perusahaan Oppo untuk mempertahankan citra merek, desain, fitur dan promosi yang akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Oppo.

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

The Effect of Brand Image, Design, Features and Promotion on Purchasing Decision of Oppo Smartphone in Semarang City

FASCAL TRY ERYANTO

(Lecturer : Dr. Agus Prayitno,)

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

www.dinus.ac.id

Email : 211201102373@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

These last few years, the world is filled with rapidly growing telecommunications industry which becomes a mirror of the tight and high demand for information that is easily accessible by public. Smartphone is one of the technologies that growing rapidly from year to year. Many new brands are emerging in the competitive world of smartphones that compete with each other to create their excellent product. This study was conducted to appraise consumer behavior in determining purchasing decision which has effect by brand image, design, features and promotions. A brand that is taken in this study is Oppo smartphone. The phenomenon is happening now is the interest of public as users of electronic goods, especially brand Oppo that much demand. It is also interesting to examined at once into study purposes in knowing how the brand image, design, features and promotions from Oppo products are able to influence purchasing decisions by the consumer. This research was conducted in Semarang City. The sample used are 100 respondents, data used are primary and secondary data. Methods of data collection using questionnaires. Data analysis techniques in this study using multiple linear regression analysis. The hypothesis test is using the F statistic to test the effect of variables simultaneously and t statistic to test the partial regression coefficient. Besides that, all the variables have been tested with normality test, Multicollinearity test, Heteroskidastity test. The four variables (brand image, design, features and promotions) give positive and significant effect on consumer purchasing decisions of Oppo smartphone products in Semarang. Based on the research results, it is suggested that the management and marketing departments of companies, especially Oppo company to maintain the brand image, design, features and promotions that will influence the purchasing decision of consumers to buy Oppo products.

Keyword : Brand Image, Design, Features, Promotion and Purchasing Decision.