

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK BLACKBERRY DI SEMARANG

GANJAR PRIYAMBODO ADI P.

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200901875@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Untuk memahami pembuatan keputusan konsumen, harus dipahami sifat-sifat keterlibatan konsumen dengan produk atau jasa. Memahami tingkat keterlibatan konsumen terhadap produk atau jasa berarti pemasar berusaha mengidentifikasi hal-hal yang menyebabkan seseorang merasa harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk atau jasa. Tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan). Banyak faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, tetapi dalam penelitian ini dianalisis melalui kualitas produk, harga dan promosi. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Untuk memahami pembuatan keputusan konsumen, harus dipahami sifat-sifat keterlibatan konsumen dengan produk atau jasa. Memahami tingkat keterlibatan konsumen terhadap produk atau jasa berarti pemasar berusaha mengidentifikasi hal-hal yang menyebabkan seseorang merasa harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk atau jasa. Tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan). Banyak faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, tetapi dalam penelitian ini dianalisis melalui kualitas produk, harga dan promosi. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah responden pengguna handphone merek Blackberry di Kota Semarang. Sampel yang dipilih berjumlah 100 konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3). Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 4). Kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON PURCHASE DEEISION OF BLACKBERRY PHONE IN Semarang

GANJAR PRIYAMBODO ADI P.

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200901875@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Consumer purchasing decisions is the decision regarding the preference for brands that exist in the choice set. To understand the consumer decision-making, it must be understood the properties of consumer involvement with the product or service. Understanding the level of consumer involvement on the product or service means that marketers are trying to identify the things that cause a person to feel the need to be involved in the purchase of a product or service. The level of consumer involvement in a purchase influenced by the stimulus (stimulus). Many factors can influence consumer purchasing decisions, but in this study were analyzed by the quality of the product, price and promotion. The purpose of this study was to analyze the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions.

The population in this study were respondents Blackberry brand of mobile phone users in the city of Semarang. Selected sample of 100 consumers. Methods of data collection using questionnaire and analysis technique used is multiple regression.

The results showed that: 1) The quality of the product positive and significant impact on purchasing decisions. 2). Prices positive and significant impact on purchasing decisions. 3). Promotion of positive and significant impact on purchasing decisions. 4). Product quality, price and promotion significantly influence purchasing decisions

Keyword : Keywords: Quality Product, Price, Promotion, Purchase Decision