

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Jogjatronik Yogyakarta

Penelitian ini mengambil data sekunder pada Jogjatronik Yogyakarta buku-buku ilmiah dan literatur lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.dengan hasil analisis sebagai berikut :

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Jogjatronik Yogyakarta karena nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu $0.000 < 0.05$.

Faktor kualitas dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Jogjatronik Yogyakarta karena nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu $0.034 < 0.05$.

Faktor service dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Jogjatronik Yogyakarta karena nilai signifikan lebih besar dari taraf signifikansi yaitu $0.071 > 0.05$.

Faktor promosi dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai signifikan lebih besar dari taraf signifikansi yaitu $0.996 > 0.05$.

Faktor harga, kualitas, service dan promosi dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung pada Jogjatronik Yogyakarta. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel ANOVA dapat diketahui nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 5 \%$ yaitu $0,003 < 0,05$.

Kata Kunci : Harga, kualitas, service, promosi, keputusn pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the variables that have an influence on purchasing decisions phone brand Samsung in Jogjatronik Yogyakarta

This study secondary data on Jogjatronik Yogyakarta scientific books and other literature relating to the issues diteliti.dengan analysis results as follows:

The results of the study showed that the price factor influence on purchase decisions phone brand Samsung in Jogjatronik Yogyakarta because the value is significantly smaller than the significance level is $0.000 > 0.05$.

The quality factor of the research results showed that significantly influence the purchasing decisions of the Samsung brand mobile phones in Yogyakarta Jogjatronik because the value is significantly smaller than the significance level is $0.034 > 0.05$.

Areas of service of the research results show that no significant effect on Samsung brand mobile phone purchasing decisions on Jogjatronik Yogyakarta for significantly greater value than the significance level is $0.071 > 0.05$.

Factors promotion of research results show that no significant effect on purchasing decisions because of the significant value is greater than the significance level is $0.996 > 0.05$.

Factor of price, quality, service and promotion of research results show that simultaneously influence the purchase decisions of the Samsung brand mobile phones in Jogjatronik Yogyakarta. It can be seen in the ANOVA table can be seen the value is significantly smaller than the significance level $\alpha = 5\%$ is $0.003 < 0.05$.

Keywords: price, quality, service, promotion, purchasing decisions