

ABSTRAK

Pengaruh Diferensiasi Produk, *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* samsung J series, Studi Kasus di wilayah Jakarta Barat. (Dibimbing oleh Endang Ruswanti).

Dalam pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui diferensiasi produk (X_1), *brand image* (X_2) dan harga (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* samsung J series.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Jakarta Barat dimana pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 210 responden. Responden penelitian ini adalah pembeli dan pengguna *smartphone* Samsung J series di wilayah Jakarta Barat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik diantaranya Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas, Uji Hipotesis yaitu Uji Regresi Linier Berganda, Uji F (Uji Simultan), Uji t (Uji Parsial), dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diferensiasi produk, *brand image* dan harga secara bersama-sama maupun secara parsial (sendiri) berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan harga yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, *Brand Image*, Harga dan Keputusan Pembelian