

ABSTRACT

Nama : Rimon Agustamas
Program Studi : Marketing Communication
Judul : Pengaruh Pemilihan Brand Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Karyawan PT Tirta Maritim Internasional

The purpose of this study was to determine the effect of brand selection on smartphone purchasing decisions on PT Tirta Maritim Internasional employees. The population of this research is all employees of PT Tirta Maritim Internasional with 73 samples.

This research uses survey research methods and tools, questionnaires and descriptive analysis so that the data is analyzed to determine the relationship between brand selection and smartphone purchasing decisions. Data collection instruments used documentation, questionnaires and direct observations which were then analyzed using simple correlations.

The results of the research obtained from 73 employees of PT Tirta Maritim International had a significant influence obtained by the calculated F value 394.671 greater than F table = 3.12 with a significance of 0.05 and a coefficient of determination (r^2) or R square of 0.733. This means that the increase in purchasing decisions is influenced by brand selection factors of 73.3% and the remaining 26.7% is influenced by factors not examined. It was concluded that the brand selection variable significantly influenced the purchasing decisions of PT Tirta Maritim Internasional employees.

Keyword: Brand, Purchasing Decisions and Smartphone

ABSTRAK

Nama : Rimon Agustamas
Program Studi : Marketing Communication
Judul : Pengaruh Pemilihan Brand Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Karyawan PT Tirta Maritim Internasional

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemilihan brand terhadap keputusan pembelian smartphone pada karyawan PT Tirta Maritim Internasional . Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan PT Tirta Maritim Internasional dengan jumlah sampel 73.

Penelitian ini menggunakan metode dan alat penelitian survey, angket dan analisis deskriptif sehingga data dianalisis untuk mengetahui hubungan antara pemilihan brand dengan keputusan pembelian smartphone. Instrumen pengambilan data menggunakan dokumentasi, angket dan pengamatan langsung yang kemudian dianalisis menggunakan korelasi sederhana.

Hasil penelitian yang diperoleh dari 73 karyawan PT Tirta Maritim Internasional memiliki pengaruh yang cukup signifikan diperoleh harga F hitung 394,671 lebih besar dari F tabel = 3.12 dengan signifikasinya 0,05 dan taraf koefisien determinasi (r^2) atau R square sebesar 0,733. Hal ini berarti bahwa peningkatan terhadap keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor pemilihan brand sebesar 73.3% dan sisanya 26.7% dipengaruhi oleh faktor faktor yang tidak diteliti. Disimpulkan bahwa variabel pemilihan brand berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada karyawan PT Tirta Maritim Internasional.

Kata Kunci: Brand, Keputusan Pembelian dan Smartphone