

ABSTRAKSI

BASTIAN ROYVICE. Pengaruh Citra Merek dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Samsung (studi kasus pada pengguna *smartphone* Samsung yang ditemui di wilayah Jakarta Barat). Penelitian dibimbing oleh Bapak Abdurrahman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Citra Merek dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Samsung yang studi kasusnya dilakukan pada pengguna *smartphone* Samsung yang ditemui di wilayah Jakarta Barat. Dalam penelitian ini, Citra Merek dan Faktor Psikologis berperan sebagai variabel independen, sedangkan Keputusan pembelian yang berperan sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan pengguna *smartphone* Samsung yang ditemui di Jakarta Barat. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Alat ukur yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan faktor psikologis berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Faktor Psikologis, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

BASTIAN ROYVICE. The Brand Image and Psychological Factors influence in Purchase Decision of Samsung smartphones (a case studi of Samsung smartphone users found in West Jakarta). This study was guided by Mr. Abdurrahman.

This study aims at aknowledging the influence between Brand Image and Psychological Factors on Purchasing Decision of Samsung smartphone which the case study was conducted on Samsung smartphone users found in West Jakarta. In this study, Brand Image and Psychological Factors acted as independent variables, while the Purchase Decision acted as dependent variables. The sample used in this study were 100 respondents who those are a Samsung smarphone users found in West Jakarta. The analysis method used was the multiple linear regression analysis. The measurement instrument were validity test, reliability test, classical assumption test, and multiple linear regression test.

The result of the research showed that Brand Image and Psychological Factors influence well both partially or simultaneously against Purchase Decision.

Keywords : Brand Image, Psychological Factors, Purchase Decision.