

Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung Di Surakarta

Muhammad Goffar Fathony¹, Lutfiyah Amini², Ilham Tri Febrianto³, Ines Adela Larasati⁴, Sinta Apriliani⁵, Marjam Desma Rahadhini⁶

*Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia¹
Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia²
Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia³
Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia⁴
Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia⁵
Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia⁶*

Email: fathonyghoffar@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to determine the factors that influence the decision to purchase Samsung cellphones in Surakarta from the variables examined are brand image, price, and product quality, the research method uses quantitative research methods, and this population uses Samsung cellphone buyers in Surakarta with Minimum age of 20 years using a Samsung cellphone. The number of research respondents was determined as many as 40 respondents using the sampling technique of saturated sampling technique. This study used data processing analysis with the help of the SPSS 24 program. The results showed that the hypotheses that were referred to all received support, all of which had a positive and significant effect on purchasing decisions for Samsung mobile phones in Surakarta.*

Keywords: *Brand Image; Price; Product Quality; Purchase Decision*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian HP Samsung di Surakarta dari Variabel- variabel yang di teliti adalah citra merk, harga, dan kualitas produk, metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan populasi ini menggunakan pembeli HP Samsung di Surakarta dengan usia minimal 20 tahun yang menggunakan HP Samsung. Jumlah responden penelitian di tetapkan sebanyak 40 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel teknik sampling jenuh. penelitian ini menggunakan analisis pengolahan data dengan bantuan program SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang di acukan seluruh nya memperoleh dukungan seluruh nya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian HP Samsung di Surakarta.

Kata Kunci: *Citra Merek; Harga; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Perkembangan media teknologi komunikasi di Indonesia saat ini semakin canggih. Handphone merupakan suatu inovasi dibidang telekomunikasi yang sangat membantu aktivitas manusia, tidak dipungkiri bahwa handphone saat ini sudah menjadi makanan kita sehari hari. Dalam penelitian ini kita sebagai peneliti akan meneliti tentang produk handphone samsung. Handphone samsung selain memudahkan untuk berkomunikasi, handphone samsung juga tahan banting dan tidak mudah rusak, sekarang ini hampir semua lapisan masyarakat menggunakan handphone samsung. Citra merek yang baik dan harganya yang murah membuat smartphone samsung menempati posisi pertama. Menurut Kotler dan Keller (2016:192) keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumen pribadi. Menurut Kotler dan Keller (2016:44), keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang di lakukan konsumen untuk membeli suatu produk tertentu setelah mendapat rangsanganrangsangan pembelian. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli suatu produk barang atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Terdapat tiga variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek, harga dan kualitas produk. Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2015:113), merek adalah tanda yang

berupa gambar, nama, huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Menurut Kenneth dan Donald (2018:42) citra merek mencerminkan perasaan yang dimiliki konsumen dan bisnis tentang keseluruhan organisasi serta produk atau lini produk individu. Citra merek dibuat dengan tujuan untuk mempengaruhi persepsi konsumen, dapat diingat oleh konsumen karena diberi nama atau simbol yang membedakan dengan perusahaan produk atau jasa lainnya.

Menurut Kotler & Armstrong dalam Reminta (2016:324) Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan dengan manfaat atau memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Sedangkan menurut Fandy dalam Tjiptono (2016:218) bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Faktor lain yang menentukan keputusan pembelian yaitu variabel kualitas produk, Kotler dan Armstrong (2016:97) kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual ke pasar. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:164) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Di surakarta pengguna handphone samsung sudah cukup banyak oleh karena itu handphone samsung perlu meningkatkan citra merek, harga dan kualitas produk dan terus memperhatikan produknya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Andi Nanna binti andi amir, Muhammad yusuf, Syamsudin jafar (2019), mengatakan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi citra merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Joko Sakurat, Listyowati, Unna ria safitri (2020), mengatakan bahwa Harga dan kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian HP samsung di Surakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian HP samsung di Surakarta
3. Untuk menganalisis pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian HP samsung di Surakarta

Berdasarkan latar belakang, tujuan diatas dan dua hasil yang berbeda tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung Di Surakarta"

METODE PENELITIAN

Lokasi yang di jadikan lokasi penelitian adalah pengguna HP Samsung di Surakarta, populasi dalam penelitian ini berjumlah 40 responden, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh dan di ambil 40 orang terdiri dari berbagai kalangan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kusioner. Teknik analisa yang di gunakan yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, uji heteroskedastisitas, Uji Normalitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F (Uji Ketetapan Model), Uji Koefisien Determinasi (R²).

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner dalam pengambilan data. Berikut hasil pengujian validitas:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek

Item Pertanyaan	P Value	Kriteria (α)	Keterangan
X1 1	0,000	0,05	Valid
X1 2	0,000	0,05	Valid
X1 3	0,000	0,05	Valid
X1 4	0,000	0,05	Valid
X1 5	0,000	0,05	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2023

Berdasarkan uji validitas citra merek diatas menunjukkan bahwa item pertanyaan mengenai citra merek (X1) yang diajukan kepada responden sebanyak 5 item pertanyaan diperoleh nilai p value $0,000 < 0,05$ maka semua item pertanyaan variable citra merek valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Item Pertanyaan	P Value	Kriteria (α)	Keterangan
X2 1	0,000	0,05	Valid
X2 2	0,000	0,05	Valid
X2 3	0,000	0,05	Valid
X2 4	0,000	0,05	Valid
X2 5	0,000	0,05	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2023

Berdasarkan uji validitas harga diatas menunjukkan bahwa item pertanyaan mengenai harga (X2) yang diajukan kepada responden sebanyak 5 item pertanyaan diperoleh nilai p value $0,000 < 0,05$ maka semua item pertanyaan variabel harga valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Item Pertanyaan	P Value	Kriteria (α)	Keterangan
X3 1	0,000	0,05	Valid
X3 2	0,000	0,05	Valid
X3 3	0,000	0,05	Valid
X3 4	0,000	0,05	Valid
X3 5	0,000	0,05	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2023

Berdasarkan uji validitas kualitas produk diatas menunjukkan bahwa item pertanyaan mengenai kualitas produk (X3) yang diajukan kepada responden sebanyak 5 item pertanyaan diperoleh nilai p value $0,000 < 0,05$ maka semua item pertanyaan variable kualitas produk valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item Pertanyaan	P Value	Kriteria (α)	Keterangan
Y 1	0,000	0,05	Valid
Y 2	0,000	0,05	Valid
Y 3	0,000	0,05	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2023

Berdasarkan uji validitas keputusan pembelian diatas menunjukkan bahwa item pertanyaan mengenai keputusan pembelian (Y) yang diajukan kepada responden sebanyak 3 item pertanyaan

diperoleh nilai p value $0,000 < 0,05$ maka semua item pertanyaan variable keputusan pembelian valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kehandalan kuesioner. Kuesioner dikatakan handal / reliabel bila jawaban responden adalah konsisten dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas variabel penelitian bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	P Value	Kriteria (α)	Keterangan
Citra Merek (X1)	0,837	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,886	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,895	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,673	0,60	Reliabel

Sumber: data yang diolah 2023

Berdasarkan uji reliabilitas diperoleh Cronbatch Alpha variabel citra merek (X1) sebesar 0,837, variabel harga (X2) sebesar 0,886, variabel kualitas produk (X3) sebesar 0,895, dan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,673 sehingga besarnya Cronbach Alpha $> 0,60$ maka variabel penelitian adalah reliabel.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu untuk menguji apakah model regresi ada korelasi antar variabel bebas. Dengan menganalisis matrik korelasi antar variabel independent melalui perhitungan tolerance dan VIF menggunakan program SPSS. Hasil uji multikolinearitas bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Merek	.334	2.990
	Harga	.256	3.899
	Kualitas Produk	.331	3.020

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: data primer yang diolah 2023

Berdasarkan hasil multikolinearitas di peroleh bahwa hasil menunjukkan nilai tolerance citra merek (X1) sebesar 0,334 , Harga (X2) 0,256 , Kualitas Produk (X3) $> 0,331$ dan VIF Citra Merek sebesar 2.990, VIF Harga sebesar 3.899, VIF Kualitas Produk sebesar 3.020. Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 7. Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.10941
Cases $<$ Test Value	20
Cases \geq Test Value	20
Total Cases	40

Number of Runs	22
Z	.160
Asymp. Sig. (2-tailed)	.873
a. Median	

Sumber: data primer yang di olah 2023

Hasil uji run test residual diperoleh z hitung sebesar 0,160 dengan hasil menunjukkan yang signifikan 0,873 > 0,05 hal ini berarti tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.090	.623		1.749	.089
	Citra Merek	.052	.051	.286	1.021	.314
	Harga	-.063	.052	-.386	-1.206	.236
	Kualitas Produk	-.001	.051	-.006	-.020	.984
a. Dependent Variable: ABSRES_1						

Sumber: Data primer yang diolah 2023

Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan p value dari variabel Citra Merek sebesar 0,314 > 0,05 tidak signifikan, variabel Harga sebesar 0,236 > 0,05 tidak signifikan, variabel Kualitas Produk sebesar 0,984 > 0,05 tidak signifikan, hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas atau dapat diartikan model regresi telah lolos uji heterokedastisitas.

Uji Normalitas

Tabel 9. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.02372687
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.093
	Negative	-.126
Test Statistic		.126
Asymp. Sig. (2-tailed)		.107 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data primer yang diolah 2023

Hasil pengolahan uji normalitas menggunakan uji statistic non parametric kolmogrov smirnov (K-S) hasil pengolahan data K-S diperoleh p value 0,107 > 0,05 artinya bahwa residual distribusi normal (lolos uji normalitas)

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.236	1.233		.192	.849
	Citra Merek	.171	.101	.269	1.704	.097
	Harga	.187	.103	.328	1.816	.078
	Kualitas Produk	.195	.101	.307	1.934	.061
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber: Data primer yang diolah 2023

Berdasarkan table diatas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut tersebut dapat di intepretasikan sebagai berikut:

$$Y = 0,236 + 0,171 X1 + 0,187 X2 + 0,195 X3$$

Persamaan regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

a = 0,236 artinya jika citra merek X1 sama dengan 0, harga X2 sama dengan 0, kualitas produk X3 sama dengan 0, maka keputusan pembelian Y adalah positif.

b1 = 0,171 artinya citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, jika citra merek meningkat maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat dengan variabel pembelian Hp Samsung konstan/tetap.

B2 = 0,187 artinya harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian jika pembelian hp Samsung semakin banyak maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat dengan asumsi variabel citra merek x1 konstan/tetap.

B3 = 0,195 artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian jika kualitas produk meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat dengan asumsi harga X2 konstan/tetap.

Uji t

Uji T digunakan untuk menganalisis signifikasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu menguji signifikasi pengaruh variabel bebas yang terdiri dari citra merek (X1), harga (x2), kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Tabel 11. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.236	1.233		.192	.849
	Citra Merek	.171	.101	.269	1.704	.097
	Harga	.187	.103	.328	1.816	.078
	Kualitas Produk	.195	.101	.307	1.934	.061
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber: data primer yang diolah 2023

Berdasarkan table diatas hasil Uji T (tidak signifikan) dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)
 Berdasarkan analisis diperoleh nilai T hitung sebesar 1.704 dengan P value $0,000 < 0,05$ maka H1 yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pengguna hp Samsung di Surakarta.
- 2) Pengaruh Harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)
 Berdasarkan analisis diperoleh nilai T hitung sebesar 1.816 dengan P value $0,000 < 0,05$ maka H2 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pengguna hp Samsung di Surakarta.
- 3) Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)
 Berdasarkan analisis diperoleh nilai T hitung sebesar 1.934 dengan P value $0,000 < 0,05$ maka H3 yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pengguna hp Samsung di Surakarta.

Uji F

Uji F untuk menguji ketepatan model yang digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas citra merek (X1), harga (x2), kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	95.027	3	31.676	27.900	.000 ^b
	Residual	40.873	36	1.135		
	Total	135.900	39			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber: data primer yang diolah 2023

Hasil perhitungan table ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 27.900 dengan P value sebesar $0,000 < 0,05$ Ho ditolak dan Ha diterima, artinya model yang digunakan tepat untuk memprediksi pengaruh yang signifikan variabel bebas citra merek (X1), harga (x2), kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel citra merek (X1), harga (x2), kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Tabel 13. Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.699	.674	1.066
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

Sumber: data primer yang diolah 2023

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (adjusted R²) untuk model ini adalah sebesar 0,674, artinya besarnya sumbangan pengaruh independent citra merek (X1), harga (x2), kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y), sebesar 67,4% sisanya 32,6 % disebabkan oleh variabel yang tidak dimasukkan kedalam penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 1.704 dengan P value sebesar $0,000 > 0,05$ berarti ada pengaruh yang signifikan citra merek (X1) terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga

hipotesis ke-1 yang berbunyi 'ada pengaruh yang signifikansi citra merek terhadap keputusan pembelian pengguna hp Samsung di Surakarta' terbukti kebenarannya Menurut Firmansyah (2019) citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan bentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu, Hasil ini mendukung penelitian Imam Azzuri, Yahya (2021)

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 1.816 dengan P value sebesar $0,000 > 0,05$ berarti ada pengaruh yang signifikan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga hipotesis ke-2 yang berbunyi 'ada pengaruh yang signifikansi harga terhadap keputusan pembelian pengguna hp Samsung di Surakarta' terbukti Menurut Nasution et al. (2020) harga merupakan sesuatu yang sangat berarti bagi konsumen dan penjual. Oentoro (dalam Sudaryono, 2016, hlm. 216) mengungkapkan bahwa harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Joko Sakurat (2020), Listiyowati (2020), Unna Ria Safitri (2020)

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 1.934 dengan P value sebesar $0,000 > 0,05$ berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga hipotesis ke-3 yang berbunyi 'ada pengaruh yang signifikansi harga terhadap keputusan pembelian pengguna hp Samsung di Surakarta' terbukti Menurut kotler dan Keller, (2016:143) menyatakan bahwa "kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan pelanggan". Hasil penelitian ini mendukung penelitian Andi Nanna Binti Andi Amir (2019), Muhammad Yusuf Saleh (2019), Syamsuddin Jafar (2019).

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Citra Merek memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone samsung di Surakarta. Temuan tersebut menyatakan pandangan terkait dengan merek yang terkenal dan memiliki reputasi baik, sehingga apabila merek dari smartphone Samsung dikenal oleh banyak orang serta memiliki reputasi yang baik akan dapat meningkatkan minat untuk membeli smartphone tersebut.
2. Harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone samsung di Surakarta. Temuan tersebut menyatakan pandangan terkait dengan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan, sehingga apabila harga yang ditawarkan smartphone Samsung terjangkau namun memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dapat meningkatkan minat untuk membeli smartphone tersebut.
3. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone di Surakarta. Hasil temuan tersebut menyatakan pandangan tentang beragam desain produk yang menarik sehingga apabila smartphone Samsung memiliki banyak fitur-fitur yang mumpuni bagi seseorang, akan dapat meningkatkan minat orang tersebut untuk membeli smartphone tersebut.

SARAN

Samsung dapat melakukan pembacaan kebutuhan pasar khususnya di Surakarta secara lebih baik lagi, dimana pada saat kondisi saat ini banyak sekali pesaing yang sudah menciptakan produk hp berbagai macam merek dan model yang terjadi saat ini, membuat daya beli masyarakat menurun, sehingga konsumen lebih mencari smartphone dengan harga yang terjangkau, maka Samsung harus dengan cepat merespon kebutuhan konsumen tersebut dengan berfokus untuk membuat dan memasarkan smartphone segmen low-end mereka secara komperhensif.

DAFTAR PUSTAKA

Azzuri, I. (N.D.). *Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya) Yahya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya.*

- Binti, A. N., Amir, A., Andi, O. :, Binti, N., Saleh, M. Y., Jafar, S., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bosowa Makassar)* (Vol. 5, Issue 002).
- Ramadani, A. G., & Rachmawati, E. (2022). *The Influence Of Brand Awareness, Brand Association, Brand Image, And Word Of Mouth On Samsung Smartphone Purchase Decisions*. 8(1). <https://doi.org/10.21070/jbmp.v8vi1.1610>
- Sakurat, J., Ria Safitri, U., & Boyolali, U. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Berbasis Android) Tahun 2019 (Studi Kasus Pada Dosen Dan Mahasiswa Pengguna Smartphone Samsung Di Universitas Boyolali)*. 8(1).
- Sinaga, A. S., Lubis, A. N., & Sembiring, B. K. F. (2023). The Influence Of Brand Image, Product Quality And Price On Samsung Smartphone Product Purchase Decisions (Case Study On Employees Of Pt Angkasa Pura Aviassi Kualanamu International Airport). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(1), 362. <https://doi.org/10.35931/Aq.V17i1.1810>
- Tinggi, S., & Riau, I. E. (N.D.). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Pada Pt. Samsung Electronics Indonesia Pekanbaru Oleh Rizqi Fakhri*. www.Topbrand-Award.Com