

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa *Brand Image* Dan Harga berdasarkan keputusan konsumen untuk memilih *smartphone* Samsung. Dalam memilih *smartphone* tentunya bukanlah hal yang mudah, semakin banyak vendor yang memproduksi *smartphone* Samsung maka pilihan konsumen dalam menentukan *smartphone* akan semakin bervariasi. Dengan kehadiran berbagai macam *smartphone* Samsung diperlukan ketelitian untuk dapat memilih *smartphone* sesuai dengan keinginan. Ada baiknya sebelum konsumen menentukan dan membeli salah satu dari banyak pilihan *smartphone* Samsung yang disediakan oleh para produsen tersebut, para konsumen juga mempertimbangkan beberapa hal dalam memilih *smartphone* Samsung yang tepat atau disukai. Hal ini menuntut setiap konsumen agar lebih cermat dalam memilih dan menentukan *smartphone* mana yang dibutuhkan atau dipakai, karena salah dalam memilih *smartphone* tentunya dapat merugikan konsumen. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan menggunakan SPSS. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil responden sebanyak 75 responden dengan metode *purposive sampling*. Harapan penulis metode ini dapat membantu para konsumen dalam memilih *smartphone* yang terbaik.

Kata Kunci: Brand Image, Harga, Keputusan Konsumen



ABSTRACT

This study aims to analyze Brand Image and Price based on consumer decisions to choose a Samsung smartphone. In choosing a smartphone it is certainly not an easy thing, the more vendors that produce Samsung smartphones, the choice of consumers in determining smartphones will be more varied. With the presence of various kinds of Samsung smartphones it takes precision to be able to choose a smartphone as you wish. It's good before consumers determine and buy one of the many choices of Samsung smartphones provided by these manufacturers, consumers also consider several things in choosing the right or preferred Samsung smartphone. This requires every consumer to be more careful in choosing and determining which smartphone is needed or used, because wrong in choosing a smartphone certainly can harm consumers. The analysis technique used is Multiple Linear Regression using SPSS. This research was conducted by taking respondents as many as 75 respondents with purposive sampling method. Hope the author of this method can help consumers in choosing the best smartphone.

Keywords: *Brand Image, Price, Consumer Decisions*

