

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada konsumen *Smartphone* Samsung Galaxy Series, Warga Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian di Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa wawancara, kuesioner dan studi pustaka terhadap 50 responden dengan teknik *nonprobability sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel desain produk, harga, fitur dan citra merek, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil desain produk, harga, fitur dan citra merek, semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari uji F diperoleh hasil desain produk, harga, fitur dan citra merek, semuanya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: desain produk, harga, fitur, citra merek dan keputusan pembelian.



ABSTRACT

This research was conducted on the consumer of Samsung Galaxy Series Smartphone, Balung Lor Village Residents Balung District Jember District. This study aims to determine the effect of product attributes on purchasing decisions in Balung Lor Village, Balung District, Jember District. In this research the data collected by means of aids in the form of interviews, questionnaires and literature studies on 50 respondents with nonprobability sampling technique, which aims to determine the perceptions of respondents to each variable. The analysis used is multiple linear regression analysis. From the analysis using regression can be seen that product design variables, prices, features and brand image, all positively affect the purchase decision. From t-test the result of product design, price, feature and brand image, all have a significant effect on purchasing decision. From F test, product design result, price, feature and brand image, all have significant effect simultaneously to purchase decision.

Keywords: *product design, pricing, features, brand image and purchasing decisions.*

