

ABSTRAK

Smartphone Samsung Android merupakan jenis *smartphone* berbasis Android yang diproduksi oleh PT. Samsung Electronic, yang menjadi produk paling diminati dipasaran pada dewasa ini. Pada kwartal pertama tahun 2013, penjualan *smartphone* Samsung Android menduduki posisi pertama untuk kategori *smartphone* dengan tingkat penjualan mencapai 32,7%. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 orang responden yang mengunjungi pusat penjualan *handphone* di Bandung Electronic Center (BEC). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sub variabel manakah dari atribut produk yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian dan seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian.

Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2008:103). Kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk, merek, dan layanan pendukung, merupakan unsur-unsur dari atribut produk yang digunakan untuk sub variabel independen pada penelitian ini. Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai (Kotler & Armstrong, 2008:181). Terdapat 6 unsur yang menjadi perhatian dan pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian yaitu, pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui, teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis insidental sampling. Teknik analisis yang digunakan yaitu, analisis statistik deskriptif, *Method of Successive Interval (MSI)*, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji linieritas), uji regresi linier berganda, uji korelasi, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Atribut produk *smartphone* Samsung Android memiliki nilai yang sangat baik dengan nilai persentase rata-rata sebesar 82,02%. Keputusan pembelian konsumen akan produk *smartphone* Samsung Android juga memiliki nilai dengan kategori yang sangat baik, dengan perolehan nilai persentase rata-rata dari 7 indikator yang diteliti sebesar 82,42%. Atribut produk *smartphone* Samsung Android secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini disebabkan karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,342 > 2,306$).

Kata kunci: Atribut produk (Kualitas produk, Fitur produk, Gaya dan desain produk, Merek, Layanan pendukung), Keputusan pembelian.

ABSTRACT

Samsung Android smartphone is an Android-based smartphone produced by PT. Samsung Electronic, which becomes the favorite product in the market right now. In the first quarter of 2013, the sale of Samsung Android smartphone was ranked first in smartphone category with 32.7% level of sales. This study was conducted on 100 respondents who visited handphone sales center in Bandung Electronic Center (BEC). The purpose of this study was to discover the sub-variables of the product attributes which have the most dominant influence on purchasing decision and the amount of influence of product attributes on purchasing decision.

Product attribute is an element of a product which is considered important by consumers and becomes the basis of making purchasing decision (Tjiptono, 2008:103). Product quality, product feature, product style and design, brand and supporting service are elements of the product attributes used as sub-variables in this study. Consumers' purchasing decision is the favorite (Kotler & Amstrong, 2008:181). There are 6 elements which become consumers' concern and consideration in making purchasing decision i.e. product choice, brand choice, distributor choice, purchase time, number of purchase, and paying method.

This study used quantitative method with descriptive and causal research type. The number of population in this study was unknown, sampling technique used was incidental sampling type of non probability sampling. The analysis technique used was descriptive statistical analysis, Method of Successive Interval (MSI), classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, linearity test), multiple linear regression test, correlation test, t test, F test and determination coefficient.

The results of this study showed that the attributes of Samsung Android smartphone product had a very good score with average percentage of 82.02%. Consumers' purchasing decision on Samsung Android smartphone product also had very good score, with average percentage of 7 indicators studied amounting to 82.42%. The attributes of Samsung Android smartphone products simultaneously gave significant influence on consumers' purchasing decision, because $F_{count} > F_{table}$ ($15,342 > 2,306$).

Keywords: Product attributes (Product quality, Product feature, Product style and design, Brand, Supporting Service), Purchasing Decision.