

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuat media konvensional kini berkompetisi dengan media digital yang mengandalkan kekuatan jejaring internet (*social media*). Blackberry adalah smartphone dengan pengguna terbanyak dan digunakan untuk mengakses *social media*. Blackberry meluncurkan Blackberry generasi 10 yang merupakan pertaruhan besar & ternyata Blackberry generasi 10 dinilai kurang dalam hal inovasi dan aplikasi.

Kini *Social media* dianggap berpengaruh pada keputusan pembelian namun terdapat faktor lain yang mempengaruhi konsumen melakukan keputusan pembelian diantaranya *product quality & pricing policy*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel terhadap *purchasing decision* produk Blackberry generasi 10 yang kemudian dilihat pengaruh ketiganya secara bersamaan terhadap *purchasing decision* selain itu untuk mengetahui hal penting yang perlu diperhatikan untuk keberlangsungan hidup Blackberry.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatori dengan sumber data kuesioner yang kemudian diolah menggunakan *path analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media habit* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap *purchasing decision* (Y) dengan pengaruh sebesar 14.45%, sementara dua variabel lainnya kurang berpengaruh. *Product quality* (X_2) memiliki total pengaruh sebesar 6,29% dan *pricing policy* sebesar 5.25% sedangkan 74% lainnya dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas. Hal ini menunjukkan peluang bagi Blackberry untuk meningkatkan penjualannya dengan melakukan pendekatan melalui *social media & menaikkan kualitas produk* agar bertahan dalam jangka panjang serta memberikan *gimmick* bagi *pricing policy*.

Kata Kunci : *Social Media Habit, Product Quality, Pricing Policy, Blackberry*