

## ABSTRAK

### **Analisis Strategi Pemasaran Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Handphone Samsung)**

Helmi Afif Kamili <sup>1)</sup>, Yohanes Totok Suyoto<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Kebutuhan sarana digital semakin meningkat yang menyebabkan masyarakat menjadi ketergantungan, perkembangan teknologi komunikasi dipadukan menjadi bisnis teknologi, Samsung merupakan produk handphone terbesar di Indonesia. Seiring berjalannya waktu terdapat komentar pada produk handphone Samsung karena penurunan kualitas pelayanan yang dialami perusahaan samsung sehingga menyebabkan pengguna merasa kecewa atau tidak puas. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh nilai yang dirasakan melalui kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pengguna handphone samsung di Tangerang Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel nilai yang dirasakan sebagai variabel independen, kualitas produk dan harga sebagai variabel intervening, dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Kuesioner disebar secara *online* menggunakan *Gform* dibagikan ke 101 responden yang memenuhi kriteria sebagai sampel yang digunakan. Data diolah menggunakan metode analisis *SPSS.26*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh secara langsung terhadap kualitas produk, kualitas produk memiliki pengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian dan harga memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap kualitas produk terhadap keputusan pembelian, kualitas produk memiliki pengaruh paling besar terhadap nilai yang dirasakan yaitu sebesar 95%.

**Kata kunci** : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Pustaka 24

Tahun Publikasi : 2013 - 2019