

ABSTRAK

Muhammad Faris Al Fauzi, 1720310187, Pengaruh Periklanan, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Merek Samsung (Studi Kasus pada Tanama Cell, Kelet Jepara)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji Pengaruh Periklanan, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Merek Samsung (Studi Kasus pada Tanama Cell, Kelet Jepara). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini ialah (*field research*) atau penelitian lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian HP Samsung di Tanama Cell. Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode regresi linier berganda dengan bantuan program olah data SPSS.

Hasil penelitian dari variabel periklanan dapat disimpulkan bahwa, nilai t_{hitung} sebesar $2,928 > 1,988$ dan nilai signifikansi pada variabel Periklanan sebesar $0,004 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka variabel Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara. Variabel citra merek dapat disimpulkan bahwa, nilai t_{hitung} sebesar $1,702 < 1,988$ dan nilai signifikansi pada variabel Citra Merek sebesar $0,092 > 0,05$, sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak. Maka variabel Citra Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara. Variabel kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa, nilai t_{hitung} sebesar $4,349 > 1,988$ dan nilai signifikansi pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Maka variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara. Sementara pada uji f diketahui bahwa variabel periklanan, citra merek dan kualitas pelayanan secara simultan memberi pengaruh atas keputusan pembelian pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara. Berdasarkan hasil pengujian, nilai f_{hitung} dinilai sebesar $52,730$ dan sig. $0,000$.

Kata Kunci : Periklanan, Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian