

FACTORS AFFECTING SMARTPHONE PURCHASES

By

Aureliani Handayani Syarifuddin

Abstract

This study aims to determine the influence of product factors, promotional factors and social factors on purchasing decisions Asus smartphone and know how the positioning based on product quality, durability and design of Asus smartphones with competitors such as Smartphone Oppo, Lenovo and Smartfren. The population in this research is Pondok Ranji urban village. The sample size was taken 75 respondents for each measurement method. Data collection was done through questionnaires. Analytical technique using PLS (Partial Least Square) and MDS (Multidimensional Scaling). The results of this study indicate that the Product Factor (X1) has an insignificant effect, Promotion Factor (X2) has significant effect and Social Factor (X3) has an insignificant effect. Then Asus's superior positioning results on Product Quality seen from the perceptual map.

Keywords: Product Factor, Promotion Factor, Social Factor, Purchase Decision and Positioning

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN *SMARTPHONE*

Oleh

Aureliani Handayani Syarifuddin

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor produk, faktor promosi dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian *smartphone* Asus serta mengetahui bagaimana *positioning* berdasarkan kualitas produk, daya tahan dan desain *smartphone* Asus dengan Pesaingnya yaitu *smartphone* Oppo, Lenovo dan Smartfren. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kelurahan Pondok Ranji. Ukuran sampel diambil 75 responden untuk setiap metode pengukuran. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis menggunakan metode PLS (*Partial Least Square*) dan MDS (*Multidimensional Scaling*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Faktor Produk (X1) berpengaruh secara tidak signifikan, Faktor Promosi (X2) berpengaruh secara signifikan dan Faktor Sosial (X3) berpengaruh secara tidak signifikan. Lalu hasil *positioning* Asus unggul pada Kualitas Produk dilihat dari peta perseptual.

Kata kunci: Faktor Produk, Faktor Promosi, Faktor Sosial, Keputusan Pembelian dan *Positioning*