

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

NANDA AMELIA

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Image* dan Atribut Produk secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian smartphone vivo di Bandar Lampung. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Bandar Lampung. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Atribut Produk terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan hp vivo di Bandar Lampung. Dengan sampel sebesar 110 orang responden, sebagian pelanggan yang memakai produk vivo di Bandar Lampung. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini adalah *Brand Image* dan atribut produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Bandar Lampung. *Brand Image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Bandar Lampung. Atribut produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian smartphone vivo di Bandar Lampung.

Kata Kunci : Brand Image, Atribut Produk, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT ATTRIBUTES ON THE PURCHASE DECISION OF VIVO SMARTPHONE IN BANDAR LAMPUNG

by

NANDA AMELIA

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of Brand Image and Product Attributes together on the Vivo smartphone purchase decision in Bandar Lampung. To find out and analyze the influence of Brand Image on the decision to purchase Vivo smartphones in Bandar Lampung. To find out and analyze the effect of Product Attributes on purchasing decisions for Vivo smartphones in Bandar Lampung. The population in this study were all cellphone vivo customers in Bandar Lampung. With a sample of 110 respondents, some of the customers who use vivo products in Bandar Lampung. The analytical tool used is multiple regression analysis. The results of this study are Brand Image and product attributes have a joint effect on purchasing decisions for vivo smartphones in Bandar Lampung. Brand Image has a positive effect on purchasing decisions for Vivo smartphones in Bandar Lampung. Product attributes have a positive effect on purchasing decisions for vivo smartphones in Bandar Lampung.

Keywords: Brand Image, product attributes and purchasing decisions