

ABSTRAKSI

Novie Nurharyanti, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Samsung Galaxy Series (dibimbing oleh Dra. Suryari Purnama, MM).

Pada era perkembangan teknologi ini ponsel tidak sekedar memiliki fungsi komunikasi saja tetapi juga dapat mengakses situs internet. Hal ini di manfaatkan oleh beberapa produsen ponsel dalam menciptakan ponsel pintar yang lebih di kenal dengan sebutan '*Smartphone*'. Samsung merupakan salah satu merek *smartphone* yang belakangan ini menghipnotis banyak masyarakat dengan keunggulan dan kelebihanannya dengan memiliki lebih banyak fitur dan aplikasi-aplikasi yang dapat menghibur dengan keunggulan OS *android*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menentukan faktor-faktor bauran pemasaran dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan mengetahui faktor yang dominan dalam keputusan pembelian konsumen terhadap salah satu produk *smartphone android* Samsung Galaxy Series serta mengetahui kecenderungan perilaku konsumen dimasa yang akan datang jika dilihat dari Zscore yang terbentuk.

Metodologi yang digunakan quota sampling dengan jumlah sampel yang diperlukan adalah 100 responden yang berasal dari penyebaran kuesioner dilapangan pada pengguna produk Samsung Galaxy Series. Dengan 17 indikator pertanyaan yang berkaitan dengan produk, harga, tempat (Distribusi) dan promosi.

Berdasarkan fungsi diskriminan dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel tersebut ternyata variabel distribusi yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian Samsung Galaxy Series.

Berdasarkan hasil perhitungan Zscore, didapatkan kecenderungan perilaku konsumen dimasa yang akan datang dalam keputusan pembelian (tidak membeli atau membeli) yaitu lebih banyak konsumen yang tidak melakukan pembelian dibandingkan dengan konsumen yang melakukan pembelian.

Kata kunci : *Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Samsung Galaxy Series, Analisis Diskriminan*