

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN *SMARTPHONE*  
SAMSUNG DI KECAMATAN LUMAJANG)**

**ABSTRAK**

Salah satu merek *smartphone* terkenal di Indonesia adalah Samsung. Samsung didirikan oleh Lee Byung-chul pada tahun 1938 sebagai sebuah perusahaan perdagangan. *Smartphone* Samsung bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam bekerja maupun mengerjakan tugas sekolah maupun kuliah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen *smartphone* Samsung di Kecamatan Lumajang). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, di dalam penelitian ini terdapat 60 responden. Dengan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak terhingga dan menggunakan teknik sampling *non-probability sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan Teknik analisis regresi linier berganda. Setelah dilakukan pengujian secara parsial atau uji t didapatkan hasil sebagai berikut: 1) *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Kecamatan Lumajang. 2) kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Kecamatan Lumajang. 3) koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,562 atau 56,2% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *brand image* dan kualitas produk.

**Kata kunci:** *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY (CASE  
STUDY ON CUSTOMERS OF SMARTPHONE SAMSUNG IN  
SUBDISTRICT LUMAJANG)**

**ABSTRACT**

*One of the famous smartphone brands in Indonesia is Samsung. Samsung was founded by Lee Byung-chul in 1938 as a trading company. Samsung smartphones aim to meet the needs of consumers in working and doing schoolwork and college. This study aims to determine how much influence brand image and product quality have on purchasing decisions (study on Samsung smartphone consumers in Lumajang District). In this study, researchers used quantitative research. Data was collected through the distribution of questionnaires, in this study there were 60 respondents. With the population number in this study is infinite and uses non-probability sampling techniques. Hypothesis testing is performed with multiple linear regression analysis techniques. After partial testing or t test, the following results were obtained: 1) brand image has a significant influence on Samsung smartphone purchase decisions in Lumajang District. 2) Product quality has a significant influence on smartphone purchase decisions Samsung in Lumajang District. 3) the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) obtained at 0.562 or 56.2% of purchasing decisions can be explained by the variables of brand image and product quality.*

**Keywords: Brand Image, Product Quality, and Purchasing Decision**

