

ABSTRAK

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE DECISION SMARTPHONE SAMSUNG*

Oleh:

Ahmad Aziz Firdaus
NIM 193402179

Pembimbing:

R. Lucky Radi Rinandiyana
Andina Eka Mandasari

Penelitian ini menganalisis pengaruh *product quality* dan *brand image* terhadap *purchase decision smartphone* Samsung di Tasikmalaya. Penelitian dilatarbelakangi oleh penurunan *Top Brand Index* Samsung yang menunjukkan perubahan preferensi konsumen dan semakin kuatnya persaingan di pasar *smartphone*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei verifikatif dan taraf *explanatory*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dari konsumen *smartphone* Samsung di Tasikmalaya yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Data ordinal ditransformasikan menggunakan *Method of Successive Interval*, kemudian dianalisis melalui uji asumsi klasik dan regresi linier berganda dengan bantuan *SPSS for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product quality* berpengaruh positif terhadap *purchase decision*. *Brand image* juga berpengaruh positif terhadap *purchase decision*. *Product quality* memiliki pengaruh yang lebih kuat, sehingga konsumen lebih mempertimbangkan performa, daya tahan, keandalan, desain, dan kualitas fitur utama ketika memilih *smartphone*. *Brand image* yang positif memperkuat keyakinan dan preferensi konsumen apabila didukung oleh pengalaman produk yang konsisten serta layanan purna jual yang dapat dipercaya. Samsung perlu mengintegrasikan peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan dengan komunikasi merek yang kredibel untuk memperkuat keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *product quality*, *brand image*, *purchase decision*, *smartphone*, Samsung.