

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTE AND PRODUCT PRICE ON BUYING DECISION OF XIAOMI SMARTPHONE PRODUCT IN BANDAR LAMPUNG

By:

Khoiruddin

The telecommunications industry is one of the fastest growing industries today. So companies engaged in the field of telecommunications should give the best to consumers. A Smartphone is a communication tool that categorized as luxury products, and smartphones have become the primary needs for the community. Business competition among smartphones in Indonesia as one of consumers attention is the product of a smartphone Xiaomi. Xiaomi smartphone has a quality product attribute and pricing affordable products so that it is able to influence a purchasing decision.

The objectives of the research is to describes: (1) the influence of product attribute on buying decision Xiaomi smartphone, and (2) the influence of product price on buying decision Xiaomi smartphone. This survey research is quantitative research. Population of this research is the consumers who already use Xiaomi smartphone or those who have ever bought it in Bandar Lampung. The sampling technique used purposive sampling, in order to obtain a total sample of 100 people. The technique of collecting data using questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data analysis technique used is multiple regressions.

The results of the research showed that: (1) product attribute has a positive effect on buying decision of Xiaomi smartphone product in Bandar Lampung, and (2) product price has a positive effect on buying decision of Xiaomi smartphone product in Bandar Lampung. The company should continue to perform increased on product attributes and the company continue to affordable set prices according to the quality and benefits that are offered to the consumer.

Keywords: Product Attribute, Product Price, Buying Decision

ABSTRAK

PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* XIAOMI DI BANDAR LAMPUNG

Oleh :

Khoiruddin

Industri telekomunikasi merupakan salah satu industri yang berkembang paling pesat saat ini. Sehingga perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi harus memberikan yang terbaik kepada konsumen. *Smartphone* adalah alat komunikasi yang dikategorikan sebagai produk mewah, dan saat ini *smartphone* sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat. Diantara persaingan bisnis *smartphone* di Indonesia yang menjadi salah satu perhatian konsumen adalah produk *smartphone* Xiaomi. *Smartphone* Xiaomi memiliki atribut produk yang berkualitas dan penetapan harga produk yang terjangkau sehingga mampu mempengaruhi keputusan pembelian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi, dan (2) pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan atau pernah membeli *smartphone* Xiaomi di Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Xiaomi di Bandar Lampung, dan (2) Harga produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Xiaomi di Bandar Lampung. Sebaiknya perusahaan Xiaomi terus melakukan peningkatan pada atribut produk dan perusahaan Xiaomi untuk terus menetapkan harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas dan manfaat yang ditawarkan kepada konsumen.

Kata Kunci : Atribut Produk, Harga Produk, Keputusan Pembelian.