

ABSTRAK

PENGARUH EFEK POTONGAN HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GAME MELALUI APLIKASI EPIC GAMES (Studi pada Remaja di Kota Bandar Lampung)

**Oleh :
Muhammad Fikri**

Perkembangan game didunia semakin pesat tak terkecuali di Indonesia. Banyak perusahaan yang bersaing dalam bidang industri game, perusahaan mau tidak mau harus melakukan berbagai strategi promosi pemasaran dalam menarik perhatian konsumen. Permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah apakah efek potongan harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian game melalui aplikasi EPIC GAMES pada remaja di Kota Bandar Lampung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel efek potongan harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian game melalui aplikasi EPIC GAMES studi pada remaja di Kota Bandar Lampung.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah remaja di Kota Bandar Lampung sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan metode *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, untuk menguji hipotesis setiap variabel bebas digunakan uji t dan untuk menguji hipotesis variabel secara simultan digunakan uji F. Hasil penelitian ini adalah variabel efek potongan harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian game melalui aplikasi EPIC GAMES.

Kata kunci: efek potongan harga, citra merek, keputusan pembelian game.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF DISCOUNT EFFECT AND BRAND IMAGE TOWARDS THE BUYING DECISION OF GAME THROUGH EPIC GAMES APPLICATIONS (Study on Teenagers in City Bandar Lampung)

**By
Muhammad Fikri**

The development of the game world is fast and no exception in Indonesia. Many companies are competing in the field of game industry, companies inevitably have to do various marketing promotion strategies in attracting the attention of consumers. The problems that exist in this research are whether discount effect and brand image are positive and significant influence towards the buying decision of game through EPIC GAMES applications. The purposes of this research are to find out how many influence of variables of discount effect and brand image towards the buying decision of game through EPIC GAMES applications study on teenagers in Kota Bandar Lampung.

The type of this research is descriptive statistical research with quantitative approach. Samples taken in this research were teenagers in Kota Bandar Lampung as much as 100 respondents determined by no probability sampling method and purposive sampling technique. Data collecting techniques used questionnaires have been tested for validity and reliability. Data analysis technique used is multiple linear regression, to test the hypothesis of every independent variable used t test and to test the hypothesis variable simultaneously used F test. The results of this research are discount effect and brand image variables significantly influence towards the buying decision of game through EPIC GAMES applications.

Keywords: discount effect, brand image, the buying decision of game.