

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PRICE*, DAN *PROMOTION* TERHADAP
PURCHASE DECISION PADA *SMARTPHONE*

Steven Clinton
Magister Manajemen
Laurentia Verina Halim Secapramana

ABSTRAK

Smartphone telah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi semua kalangan. Menurut laporan Newzoo (2021), telah ditemukan bahwa pengguna *smartphone* terbesar berada di Tiongkok pada tahun 2020 dengan jumlah mencapai 911,9 juta pengguna. Indonesia berada di peringkat keempat, dengan jumlah 160,23 juta pengguna. Pada tahun 2023, Newzoo memprediksi akan ada 4,3 miliar pengguna *smartphone* secara global. Tujuan dari penelitian ini adalah meneliti beberapa faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian. faktor seperti *brand awareness*, *price*, dan *promotion* apakah berpengaruh terhadap *purchase decision*. Metode pengolahan data yang akan digunakan pada penelitian ini menggunakan *software* SPSS ver. 26.0. Akan dilakukan uji kuesioner, validitas, reliabilitas dan uji hipotesis terhadap 150 data yang telah didapatkan dari kuesioner awal dengan menggunakan *software* SPSS 26.0 pada Windows 10. Hasil penelitian ini yaitu adanya pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel *purchase decision*. Variabel *brand awareness* mempunyai pengaruh yang dominan terhadap *purchase decision*.

Kata kunci: *purchase decision*, *brand awareness*, *price*, *promotion*, *smartphone*.

PENGARUH *BRAND AWARENESS, PRICE, DAN PROMOTION* TERHADAP
PURCHASE DECISION PADA *SMARTPHONE*

Steven Clinton
Magister Manajemen
Laurentia Verina Halim Secapramana

ABSTRACT

Smartphones have become one of the primary needs for all people. According to the Newzoo (2021), it has been found that the largest smartphone users were in China in 2020 with a total of 911,9 million users. Indonesia is in fourth place, with 160,23 million users. Meanwhile, Newzoo estimates that there will be around 3.4 billion smartphone users in the world in 2020. And by 2023, Newzoo predicts there will be 4.3 billion smartphone users globally. The purpose of this study is to examine several factors that can improve purchasing decisions. factors such as brand awareness, price, and promotion whether affect the purchase decision. The method that is used for processing the data for this research is by using SPSS ver. 26.0. In this research, will be done some questionnaire testing, validity testing, reliability testing, and hypothesis testing of the 150 data which were get from the questionnaire using the software. The result of this research is that there is an impact for all independent variable to dependent variable which is the purchase decision. Also, brand awareness has the most impact for purchase decision.

Keywords: purchase decision, brand awareness, price, promotion, smartphone.