

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna smartphone di Indonesia terus mengalami peningkatan. akan terdapat dua miliar pengguna smartphone aktif di seluruh dunia pada tahun 2016, Dan Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai pertumbuhan terbesar, di bawah China dan India. Sebagai pemimpin pasar masih digenggam oleh Samsung yang ditempel oleh Apple di posisi kedua. Namun pangsa pasar kedua vendor ini justru menurun. Oleh karena itu, peneliti mengambil penelitian mengenai “Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung kelas Menengah di kota Bandung”

Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif dan metode pengumpulan data melalui kuesioner secara *online* kepada orang-orang yang memiliki dan pernah menggunakan smartphone Samsung kelas menengah. Dari kuesioner yang disebar diperoleh 385 data responden. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 22 dan teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung kelas menengah di kota Bandung dengan dibuktikan dengan hasil analisis F-test dan t-test, dan hasil dari R square menunjukkan bahwa atribut produk dan harga berpengaruh 19,4% terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung kelas menengah di kota Bandung.