

ABSTRAK

Devy Aryani, NIM 7142210001. “Pengaruh Desain Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Android* Samsung Dikalangan Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan Stambuk 2014-2017”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian *smartphone android* samsung dikalangan Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan Stambuk 2014-2017. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*, sampelnya berjumlah 102 responden yang menggunakan *smartphone android* samsung pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UNIMED Stambuk 2014-2017. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 23. Selanjutnya dilihat seberapa besar pengaruh desain produk dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian pada pengujian hipotesis. Dari hasil uji regresi linear berganda didapatkan nilai R square sebesar 62,2%. Sehingga dapat dijelaskan bahwa 62,2% variabel desain produk dan kepercayaan merek mempengaruhi keputusan pembelian sedangkan selisihnya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh Variabel lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Android* Samsung dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,292 > 1,984) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Android* Samsung dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,619 > 1,984) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan Desain Produk dan Kepercayaan Merek secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Android* Samsung Dikalangan Mahasiswa Jurusan Manajemen UNIMED Stambuk 2014-2017 dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ (81,590 > 3,09) dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05 yaitu 0,000.

Kata Kunci: *Desain Produk, Kepercayaan Merek dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Devy Aryani, NIM 7142210001. “The Influence of Product Design And Brand Trust on Purchasing Decision Samsung Android Smartphone Of Students Management Department State University of Medan Stambuk 2014-2017”.

This study aims to determine the effect of product design and brand trust on purchasing decisions android smartphone samsung of Students Management Department State University of Medan Stambuk 2014-2017. This study uses quantitative methods with data collection techniques through the distribution of questionnaires. Sampling technique using purposive sampling technique, the sample amounted to 102 respondents who use android smartphone samsung on Student Management Department UNIMED Stambuk 2014-2017. Data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS version 23. Than see how big influence of product design and brand trust to purchasing decision at hypothesis testing. From the results of multiple linear regression test obtained R square value of 62.2%. So it can be explained that 62.2% of product design variables and brand trust influence purchasing decisions while the difference of 37.8% is influenced by other variables.

The results of the research shows that (1) there is a positive and significant influence of Product Design on Samsung Android Smartphone Purchasing Decision with $t_{count} > t_{table}$ ($5,292 > 1,984$) and its significance value is less than 0,05 that is 0,000, (2) the re is positive and significant influence Brand Trust on Samsung Android Smartphone Purchase Decision with $t_{count} > t_{table}$ ($3,619 > 1,984$) and its significance value less than 0,05 that is 0,000, (3) there is a positive and significant influence of Product Design and Brand Trust together to Smartphone Purchasing Decision Android Samsung Student Management Department UNIMED Stambuk 2014-2017 with $F_{count} > F_{tabel}$ ($81,590 > 3,09$) and its significance value is smaller than 0,05 that is 0,000.

Keywords: Product Design, Brand Trust and Purchase Decision

