

ABSTRAKSI

JUDUL : **PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK PONSEL NOKIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS DIPONEGORO)**

Nama : **HASTA INDAR MASTA**

NIM : **D2D302038**

Jurusan : **Administrasi Bisnis**

Ponsel sangat diperlukan oleh masyarakat untuk melakukan komunikasi dan keberadaan ponsel saat ini bukan termasuk barang mewah. Ponsel merupakan alat komunikasi modern dimana dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian selalu berubah. Begitu juga dengan usaha di bidang ponsel. Dengan kemajuan teknologi, saat ini terdapat bermacam-macam merek ponsel di pasaran. Pemilihan Nokia sebagai obyek penelitian disebabkan karena adanya fenomena atau masalah yang terjadi pada penjualan ponsel Nokia yaitu penurunan penjualan yang terjadi pada tahun 2007. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian ponsel Nokia N Series.

Besarnya pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sample yaitu *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa FISIP UNDIP yang menggunakan ponsel Nokia N Series dan secara kebetulan ditemui pada saat penelitian dilakukan.

Hasil penelitian diperoleh bahwa secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara tingkat harga (X_1) terhadap keputusan pembelian ponsel Nokia N Series (Y); secara parsial (individu) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek ponsel (X_2) terhadap keputusan pembelian ponsel Nokia N Series (Y); dan secara simultan (bersama-sama) ada pengaruh yang signifikan dan positif antara Tingkat Harga (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Saran-saran yang dapat diajukan di dalam penelitian ini antara lain produsen Nokia N Series harus lebih memperhatikan faktor tingkat harga yang ditetapkan agar keputusan pembelian akan semakin meningkat, khususnya dalam hal kesesuaian antara penetapan harga, harga accessories hendaknya terjangkau, serta pemberian diskon juga perlu dilakukan untuk memberikan daya tarik kepada para pembeli. Produsen juga harus memperhatikan faktor citra merek Nokia N Series, khususnya dalam hal lebih memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa citra produk, memberikan fasilitas ponsel yang lengkap.