

**PENGARUH NILAI PRODUK DAN *BRAND* TERHADAP
PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
(Suatu Studi pada Konsumen Handphone Samsung)**

ARTIKEL

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu**



Oleh,

ABDUL HIDAYAT

3402170338

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH

2022

**PENGARUH NILAI PRODUK DAN *BRAND* TERHADAP
PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
(Suatu Studi pada Konsumen Handphone Samsung)**

Abdul Hidayat
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis

hidayatd698@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Nilai Produk dan *Brand* terhadap Pertimbangan Konsumen dalam Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Handphone Samsung). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pengaruh nilai produk terhadap pertimbangan konsumen dalam pembelian *handphone* samsung?; 2) Bagaimana pengaruh *brand* terhadap pertimbangan konsumen dalam pembelian *handphone* samsung?; 3) Bagaimana pengaruh nilai produk dan *brand* terhadap pertimbangan konsumen dalam pembelian *handphone* samsung? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh nilai produk terhadap pertimbangan konsumen dalam pembelian *handphone* samsung; 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand* terhadap pertimbangan konsumen dalam pembelian *handphone* samsung; 3) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh nilai produk dan *brand* terhadap pertimbangan konsumen dalam pembelian *handphone* samsung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan penelitian deskriptif kuantitatif. Ukuran sampel yang dipilih sebanyak 71 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan, observasi, dokumentasi, dan penyebaran angket atau kuesioner. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Regresi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t)

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa Nilai Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertimbangan Konsumen dalam Pembelian pada Horizon Celluler Majenang dengan hasil korelasi sebesar 0,198 atau memiliki tingkat hubungan sangat lemah dan tingkat pengaruh sebesar 3,92%. *Brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertimbangan Konsumen dalam Pembelian pada Horizon Celluler Majenang dengan hasil korelasi sebesar 0,243 atau memiliki tingkat hubungan lemah dan tingkat pengaruh sebesar 5,90%. Nilai Produk dan *Brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertimbangan Konsumen dalam Pembelian dengan hasil korelasi sebesar 0,304 atau memiliki tingkat hubungan lemah dan tingkat pengaruh sebesar 9,24% . Hipotesis yang diajukan bahwa korelasi dapat dikatakan signifikan apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$.

Kata Kunci: Nilai Produk Dan *Brand* Terhadap Pertimbangan Konsumen dalam Pembelian