

**PENGARUH INOVASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* SAMSUNG**

**(Suatu Studi Pada Konsumen Abadi Cell Buniseuri)**

**ARTIKEL**

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu



Oleh,

**TRISHA LISNAWATI**

**NIM. 3402170029**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH  
2022**

**PENGARUH INOVASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* SAMSUNG  
(Suatu Studi Pada Konsumen Abadi Cell Buniseuri)**

Trisha Lisnawati  
Universitas Galuh Ciamis  
[trissalisnawati13@gmail.com](mailto:trissalisnawati13@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Inovasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Samsung (Suatu Studi Pada Konsumen Abadi Cell Buniseuri) Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1]. Seberapa besar pengaruh Inovasi terhadap Keputusan Pembelian *handphone* Samsung di Abadi Cell Buniseuri?; 2]. Seberapa besar pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *handphone* samsung di Abadi Cell Buniseuri?; 3]. Seberapa besar pengaruh Inovasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk *handphone* samsung di Abadi Cell Buniseuri ?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1]. Pengaruh Inovasi terhadap Keputusan Pembelian *handphone* samsung pada Toko Abadi Cell Buniseuri; 2]. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk *handphone* samsung pada Toko Abadi Cell Buniseuri; 3]. Pengaruh Inovasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *handphone* samsung pada Toko Abadi Cell Buniseuri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh secara parsial menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi dan uji signifikansi (uji t). Adapun secara simultan menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi berganda, analisis koefisien determinasi dan uji signifikansi (uji f). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1]. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Abadi Cell Buniseuri dengan besarnya pengaruh 47,61% ; 2]. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Abadi Cell Buniseuri dengan besarnya pengaruh 16,81% ; 3]. Inovasi dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Abadi Cell Buniseuri dengan besarnya pengaruh 47,75% .  
Diharapkan toko Abadi Cell Buniseuri dapat meningkatkan strategi penerapan inovasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian guna meningkatkan penjualan *handphone* setiap harinya.

**Kata Kunci : Inovasi, Citra Merek dan Keputusan Pembelian**

