

PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG DI KOTA DENPASAR

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Faktor yang dapat menentukan keputusan konsumen adalah inovatif produk, citra merek, dan ekuitas produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh inovasi produk, citra merek, dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Kota Denpasar.

Lokasi penelitian dilakukan Kota Denpasar, dengan objek penelitian pengaruh pengaruh inovasi produk, citra merek dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Kota Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan *smartphone* samsung di Kota Denpasar, jumlah sampel yang digunakan adalah 97 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan Inovasi produk, citra merek, dan ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung di Kota Denpasar.

Kata kunci: inovatif produk, citra merek, ekuitas produk, keputusan pembelian


UNMAS DENPASAR