

ABSTRAK

Smartphone merupakan alat komunikasi yang saat ini sangat populer. Salah satu *smartphone* yang terkenal yaitu merek Samsung dan Apple. *Brand Image* tersebut sudah terkenal karena produk elektroniknya kini semakin dikenal masyarakat melalui lini telekomunikasinya. Menghadirkan fitur dengan aplikasi yang *fleksibel* serta menarik, citra Samsung dan Apple semakin dikenal baik oleh masyarakat sebagai salah satu perusahaan yang memiliki alat telekomunikasi yang berkualitas.

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui mengukur penilaian responden terhadap variabel atribut produk (kualitas, fitur, merek, gaya desain dan layanan pendukung) dalam keputusan pembelian (Purchase Decision). Mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Mengetahui perbedaan atribut produk antara Iphone XR dan Samsung Galaxy S10. Mengetahui strategi perusahaan dalam meningkatkan keputusan pembelian.

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif dan kausal. Sifat penelitiannya menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan diteliti secara mendalam yaitu atribut produk (X) sebagai variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen yaitu Keputusan pembelian atau *Purchase Decision* (Y). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sedang menggunakan produk *Apple Iphone XR* atau *Samsung Galaxy S10*. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampel nonprobabilitas dengan jumlah responden masing-masing sebanyak 100 responden dengan total 200 responden. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan PLS-SEM.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa semua atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Iphone XR*. Sedangkan untuk *Samsung S10*, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa empat variabel yaitu Brand Name, Product Feature, Product Quality, Sales Services dengan *t-value* memiliki nilai yang lebih besar dari 1,65 dan *p-value* memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis pada empat variabel tersebut dapat diterima. Dan hubungannya positif atau berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan hipotesis untuk variabel Style Design pada penelitian ini ditolak karena nilai P Value di atas 0.05. Dan hubungannya positif namun tidak signifikan.

Penulis memberikan saran kepada perusahaan Apple untuk lebih meningkatkan kualitas produk dari sisi kamera dan performa. Sedangkan saran untuk perusahaan Samsung yaitu supaya lebih meningkatkan style design yang menarik.

Kata Kunci: *Smartphone, Atribut, Samsung, Apple, Purchase Decision*