

## RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei pada konsumen *smartphone* merek Samsung yang berada di Purwokerto. Penelitian ini mengambil judul: “Pengaruh Motivasi Rasional, Motivasi Emosional, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Terhadap Pengguna Smartphone Merek Samsung di Purwokerto)”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi rasional, motivasi emosional, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna *smartphone Samsung* di Purwokerto. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 110 responden. *Purposive sampling method* digunakan dalam penentuan responden.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa: (1) Motivasi rasional berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, (2) Motivasi emosional berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, (3) Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, (4) Persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Implikasi dari kesimpulan di atas yaitu dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian, pihak manajemen Samsung sebaiknya memperhatikan berbagai kebijakan yang berkaitan dengan motivasi rasional dan motivasi emosional. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan melengkapi fitur sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumennya, sedangkan dalam upaya meningkatkan citra merek dan persepsi harga para pelanggannya, pihak manajemen Samsung adalah dengan terus berinovasi agar semakin berbeda dibandingkan pesaingnya serta memberikan diskon khusus bagi pelanggan agar terus mampu bersaing.

*Kata Kunci : motivasi rasional, motivasi emosional, citra merek, persepsi harga, keputusan pembelian.*

## **SUMMARY**

*This study is a study of Samsung smartphone consumers in Purwokerto. This study takes the title: "The Influence of Rational Motivation, Emotional Motivation, Brand Image, and Price Perception on the Purchasing Decision of Samsung Smartphones (Study of Samsung Smartphone Users in Purwokerto)".*

*The purpose of this study was to determine the effect of rational motivation, emotional motivation, brand image and price perception on purchasing decisions.*

*The population in this study were all Samsung smartphone users in Purwokerto. The number of respondents taken in this study was 110 respondents. Purposive sampling method is used in determining respondents.*

*Based on the results of research and data analysis using multiple regression analysis shows that: (1) Rational Motivation has a positive effect on purchasing decisions, (2) Emotional motivation has a positive effect on purchasing decisions, (3) Brand image has a positive effect on purchasing decisions, (4) Price perception has a positive effect on purchasing decisions.*

*The implication of the conclusion above is that in an effort to improve purchasing decisions, Samsung management should pay attention to various policies relating to rational motivation and emotional motivation. The effort that can be done is to complete the features in accordance with the needs and expectations of consumers, while in an effort to improve the brand image and price perception of its customers, Samsung's management is to continue to innovate to be more different than its competitors and provide special discounts for customers to continue to be able to compete.*

*Keywords: rational motivation, emotional motivation, brand image, price perception, purchasing decisions.*