

## ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat alat komunikasi berubah menjadi kebutuhan primer bagi manusia. Perkembangan teknologi telah membawa para pelaku dunia usaha ke dalam persaingan yang sangat ketat untuk merebutkan konsumen. Berdasarkan uraian di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah : **“Model Peningkatan Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Kota Semarang (Studi Kasus Matahari Departemen Store Semarang)”**.

Tujuan penelitian ini adalah : untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, citra merek, desain produk, fitur dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *handphone* samsung di kota semarang (studi kasus di matahari departmen store semarang). Penelitian dalam populasi ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian *Handphone* Samsung di Matahari Departemen Store Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, diperoleh jumlah sampel sebesar 100 orang. Alat analisisnya adalah regresi linier berganda, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

*Kata Kunci* : Persepsi harga, citra merek, desain, fitur, gaya hidup