

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI *POWER BANK COUNTERFEIT* DI SURABAYA

(Studi Kasus Pada Merek Samsung)

ABSTRAK

Pada era sekarang ini aktivitas manusia dengan menggunakan *gadget* sangatlah beraneka ragam, sehingga membuat kebutuhan manusia akan daya listrik semakin bertambah. Kehadiran *power bank* merupakan suatu hal yang memiliki dampak positif untuk menunjang aktifitas pengguna *gadget*. Jika dahulu pengguna ingin mengisi daya baterai dengan mencari daya listrik, kini pengguna dengan praktis menggunakan *power bank* yang bisa dibawa kemana-mana untuk pengisian baterai *gadget* mereka. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang ditemukan dan mempengaruhi keputusan konsumen membeli *power bank counterfeit* merek Samsung di Surabaya. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian *ekploratory*. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner yang di isi oleh responden yaitu pengguna powerbank counterfeit merek Samsung di Surabaya, pengambilan sampel sebanyak 100 responden yang kemudian di analisis dengan menggunakan metode analisis faktor dan analisis regresi untuk mengetahui faktor yang di temukan dan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen dengan menggunakan program statistik SPSS. Hasilnya adalah bahwa di temukan lima faktor yaitu faktor aksesibilitas, faktor daya tarik merek, faktor kekuatan merek, faktor keterjangkauan harga, faktor kepercayaan merek. Dari lima faktor yang di analisis terdapat empat hipotesis yang berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: Faktor Aksesibilitas, Faktor Daya Tarik Merek, Faktor Kekuatan Merek, Faktor Keterjangkauan Harga, Faktor Kepercayaan Merek, *Power Bank*

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DECISION TO BUY POWER
BANK CONSUMER COUNTERFEIT IN SURABAYA**

(Case study Brand Samsung)

ABSTRACT

In this current era of human activity with the use of the gadget is very diverse, thus making the human need for power is increasing. The presence of power bank is something that has a positive impact to support the activities of users of the gadget. If the first user wants to charge the battery by looking for electrical power, now users with practical use of the power of banks that can be taken anywhere for charging their gadgets. This study aims to determine what factors are to find and influence consumer decisions to buy counterfeit brand Samsung power bank in Surabaya. In this research method with type research quantitative exploratory. The sampling technique is purposive sampling. Methods of data collection in this study was a questionnaire filled by respondents, users power bank counterfeit Samsung brand in Surabaya, taking a sample of 100 respondents were then analyzed using factor analysis and regression analysis to identify factors that were found and the influence on purchasing decisions consumers using SPSS statistical program. The result is that it is found five factors: accessibility factors, factors brand appeal, brand power factor, the factor of affordability, brand trust factor. Of the five factors in the analysis, there are four hypotheses that have a significant effect.

Keywords: *Accessibility Factor, Power Factor Pull Brand, Brand Strength Factor, Factor Affordability Price, Brand Trust Factor, Power Bank*