

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang melakukan pembelian *smartphone* Samsung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel harga memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya kualitas produk dan citra merek *smartphone* Samsung yang baik akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian. Namun jika harga *smartphone* Samsung semakin mahal akan berdampak pada menurunnya keputusan pembelian.

Berdasarkan koefisien determinasi parsial variabel citra merek berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terjadi karena citra merek *smartphone* Samsung mudah dikenali, memiliki reputasi yang baik, dan selalu diingat oleh penggunanya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This research is meant to find out the influence of product quality, price, brand image to the purchasing decision of Samsung smartphone to the students of Surabaya Indonesia School of Economics (STIESIA). The population is all students of Surabaya Indonesia School of Economics (STIESIA) who purchase Samsung smartphone. The sample collection technique has been carried out by using purposive sampling and 100 respondents have been selected as samples. The data analysis technique has been done by using multiple linear regression analysis.*

*The result of the research shows that product quality and brand image give significant and positive influence to the purchasing influence. Meanwhile, price give significant and negative influence to the purchasing influence. It proves that good product quality and brand image will impact on the enhancement of purchasing decision. However, when the price of Samsung smartphone is getting expensive it will impact on the declination of purchasing decision.*

*Based on the result of partial determination coefficient of brand image gives dominant influence to the purchasing influence. It occurs because brand image Samsung smartphone is easy to be recognized, have good reputation, and easy to be remembered by its user.*

*Keywords: Product quality, price, brand image, and purchasing decision*

