

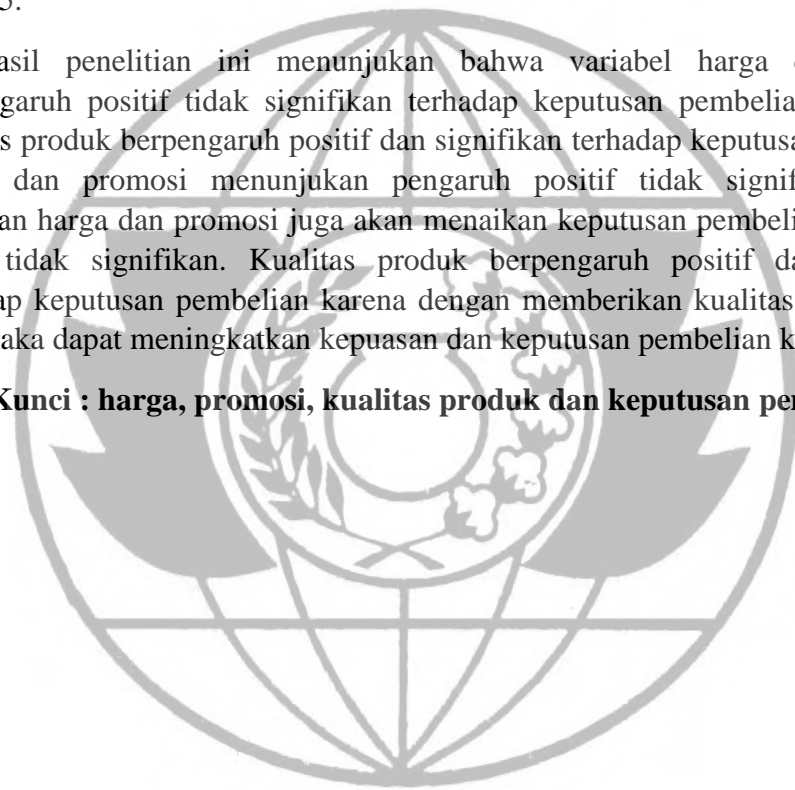
## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Realme. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang menggunakan produk *Smartphone* Realme pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* serta dengan menggunakan *simple random sampling*. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga dan promosi menunjukkan pengaruh positif tidak signifikan dimana kenaikan harga dan promosi juga akan menaikkan keputusan pembelian konsumen tetapi tidak signifikan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena dengan memberikan kualitas produk yang baik maka dapat meningkatkan kepuasan dan keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci : harga, promosi, kualitas produk dan keputusan pembelian**



## ABSTRAK

This research aimed to find out the effect of price, promotion, and product quality on the purchasing decision of Realme smartphones. Furthermore, the research population used 100 respondents who were Realme Smartphone users at the students of School of Economy Indonesia (STIESIA) Surabaya.

The sample collection technique of this research used probability sampling and also with simple random sampling. Meanwhile, the analysis technique used multiple linear regressions analysis with SPSS application 25 version.

The research result showed that the variables of price and promotion had positive but insignificant effects on the purchasing decision, meanwhile, the product quality had a positive and significant effect on the purchasing decision. Moreover, Prices and promotions would also increase customer's purchasing decisions but are not significant. In addition, product quality had a positive and significant effect on the purchasing decision because giving a good product quality would increase the customer's satisfaction and purchase decisions.

**Keywords :** Price, promotion, and purchase decision.

I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day 23/2021/9  
M. Faisal S.Rd, M.Pd  
STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia