

## INTISARI

Untuk memenangkan persaingan, setiap perusahaan harus mampu memberikan kepuasan bagi para konsumennya. Konsumen memang harus dipuaskan, sebab jika konsumen tidak puas, maka konsumen akan beralih pada pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada akhirnya akan menurunkan laba perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan, harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

Populasi penelitian adalah pembeli modem Smartfren M2Y di Surabaya. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan adalah 50 pembeli modem Smartfren M2Y. Data diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji *goodness of fit*, dan uji t.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan uji t yang menunjukkan nilai signifikansi 0,010 lebih kecil dari 0,05. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan uji t yang menunjukkan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan uji t yang menunjukkan nilai signifikansi 0,017 lebih kecil dari 0,05. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan uji t yang menunjukkan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05.

Kata kunci : iklan, harga, kualitas produk, kualitas layanan, keputusan pembelian

## ABSTRACT

To win the competition, every company must be able to provide satisfaction to their customers. The customers must be satisfied, because when the customers are not satisfied, then the customers will switch to the competitor, it will cause a decline in sales and finally it will make the profit low. This research is aimed to find out the influence of advertisement, prices, product quality, and service quality to the purchasing decision.

The population is all the buyers of Smartfren M2Y modem in Surabaya. The samples are 50 buyers of Smartfren M2Y modem. The data has been obtained by issuing questionnaires. The data has been analyzed by using multiple linear regression analysis, the determination coefficient, goodness of fit test, and t test.

The result of the test shows that advertisement gives significant influence to the purchasing decisions, this is proven by the result of t test which shows 0.010 significance value less than 0.05. Price gives significant influence to the purchasing decisions, this is proven by the result of the t test which shows 0.000 significance value less than 0.05. Product quality gives significant influence to the purchasing decisions, this is proven by the result of t test which shows 0.017 significance value less than 0.05. Service quality gives significant influence to the purchasing decisions this is proven by the result of t test which shows 0.001 significance value less than 0.05.

Keywords: advertising, prices, product quality, service quality, purchasing decisions