

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *Somethinc* (studi pada mahasiswa STIESIA Surabaya). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan promosi. Sementara variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan metode non probability sampling yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 89 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

## ABSTRACT

*This research aimed to analyze and find out the effect of product quality, price, and promotion on consumers' purchasing decisions of Somethinc products (A Case Study at Students of STIESIA Surabaya). The independent variables were product quality, price, and promotion. While the dependent variable was consumers' purchasing decisions. The research was quantitative. Moreover, the data collection technique used non-probability sampling. The sampling did not give the same chance or opportunity for the member of the population to be taken as a sample. In line with that, there were 89 respondents as the sample. Furthermore, the instrument of the data collection technique used questionnaires. The data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 23. The result concluded that the perception of product quality had a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions. Likewise, the price had a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions. Similarly, the promotion had a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions.*

**Keywords :** *Product Quality, Price, Promotion, Purchasing Decisions.*

