

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SATRIO PHINARINGAN

NIM : 141110226

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta

Dondon1926@yahoo.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta mengetahui pengaruh secara bersamaan variabel kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sedang membeli dan menggunakan *smartphone* Xiaomi di *counter smartphone* Xiaomi yang terletak di Ambarukmo Plaza dan Jogja Tronik Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat koefisien 0,167 dan nilai probabilitas sebesar 0,035, variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat koefisien 0,281 dan nilai probabilitas sebesar 0,001, variabel promosi berpengaruh positif signifikan dengan keputusan pembelian dengan tingkat koefisien 0,370 dan nilai probabilitas sebesar 0,000. Penelitian ini juga menemukan bahwa secara bersamaan variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 27,384 dan probabilitas sebesar 0,000.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, Promosi, keputusan Pembelian*