

# **PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG *SMARTPHONE* DI DEPOK**

**Herawati Puspita Hayu**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh iklan, kualitas produk, dan harga yang mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Iklan dipengaruhi oleh memberikan informasi, membujuk, mengingatkan, dan kualitas produk dipengaruhi oleh kinerja, keistimewaan, kehandalan, konfirmasi, daya tahan, estetika. Harga dipengaruhi oleh keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga. Terdapat lima tahap dalam melakukan keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan pengaruh iklan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Non Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling. Teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara simultan dan parsial iklan, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Iklan, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

# ***EFFECT OF ADVERTISING, PRODUCT QUALITY, AND THE PRICE OF THE DECISION TO PURCHASE MOBILE SAMSUNG SMARTPHONE IN DEPOK***

**Herawati Puspita Hayu**

## ***Abstrak***

*This study was conducted to examine the relationship between consumer behavior that is advertising, product quality, and prices that encourage consumers to make purchasing decisions. Ads influenced by providing information, persuading, reminders, and product quality is affected by the performance, features, reliability, confirmation, durability, aesthetics. Prices are influenced by affordability, suitability prices with quality products, price competitiveness. There are five stages in making purchasing decisions, namely recognition issues, information search, evaluation of alternatives, purchase decision, and behavior after purchase. This study aims to determine the effect of partial and simultaneous influence of advertising, product quality, and price on purchase decisions. Data collection techniques using primary data by spreading questionnaires to 100 respondents. The sampling technique in this research is Non Probability Sampling with purposive sampling method. Analysis techniques using multiple regression analysis. Results of research simultaneously and partially advertising, product quality, and price positive and significant impact on purchasing decisions.*

***Keywords:*** Advertising, Product Quality, Price, Purchase Decision