

**ABSTRAK**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, IKLAN, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE***

Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna  
*Smartphone* Android Sony Xperia  
di Yogyakarta

Sonia Dea Adesta  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta, 2015

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, iklan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* pada mahasiswa pengguna *smartphone* Android Sony Xperia di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *smartphone* Android Sony Xperia, dengan sampel sebanyak 80 responden. Teknik pengambilan sampel adalah teknik nonprobabilitas *sampling* yaitu *convenience sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t, koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, harga, iklan, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone*. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *smartphone*.

Kata kunci: citra merek, harga, iklan, kualitas produk, keputusan pembelian.

**ABSTRACT**

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE, ADVERTISING,  
AND PRODUCT QUALITY TO THE PURCHASING  
DECISION OF SMARTPHONE**

Case Study on University Students of Smartphone Users Android Sony Xperia in  
Yogyakarta

Sonia Dea Adesta  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta, 2015

This research aims to determine the effect of brand image, price, advertising, and product quality on the smartphone purchasing decision. The population of this research is students that are using Android Sony Xperia smartphone with 80 respondents as the research sample. The sampling technique is non-probability sampling technique, namely convenience sampling. The data collection technique is questioner. This study uses multiple linear regression, classical assumption test, F test, t test, and coefficient determination methods. The result of this research shows that brand image, price, advertising, and product quality simultaneously influence to the purchasing decision of smartphone. Product quality partially influence positively the purchasing decision of smartphone.

Keywords: brand image, price, advertising, quality product, purchasing decision.