

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh harga, *product quality*, dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan *brand image* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilaksanakan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman. Populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan Manajemen, IESP, dan Akuntansi yang menggunakan atau pernah menggunakan *smartphone* merek Samsung. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 105 orang dengan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode observasi dan metode kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan uji sobel dengan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, *product quality*, promosi, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini juga membuktikan bahwa *brand image* mampu memediasi pengaruh antara harga, *product quality*, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Simpulan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh tidak langsung antara variabel *brand image* dengan variabel harga, *product quality*, dan promosi terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung.

**Kata Kunci:** harga, *product quality*, promosi, *brand image*, dan keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*This research aims to find out of the influence of price, product quality, and promotion against the purchase decision through the brand image as mediation variable. This study held on The Faculty of Economic and Business Jenderal Soedirman University. The population used in this study is the students who majors management, economic development study, and accountancy which using or ever use the Samsung smartphone. Samples used in this study number 105 people with purposive sampling method. The data collection on this research using the observation and questionnaires methods. The data analysis using multiple linear regression and the Sobel test with SPSS program. The result of this research shows that price, product quality, promotion and brand image influential positive and significant against the purchase decision. In addition, this research also proves that brand image was able to mediate influence between price, product quality, and promotion against the purchase decision with positive and significantly. The conclusions of this study is there are indirect influence between brand image variable with price, product quality, and promotion variables against the purchase decision of Samsung smartphone.*

**Keywords:** *price, product quality, promotion, brand image, and purchase decision*