

ABSTRACT

In this study, researchers want to analyze and describe the effect of product innovation, product quality and promotion on purchasing decisions for Samsung brand mobile phones in Lebaniwaras Village Gresik. This study used 95 samples using incidental sampling technique. Obtaining the analysis, concluded that product innovation affects purchasing decisions with a significance level of $0,039 < 0,05$. product quality influences purchasing decisions with significance level $0,027 < 0,05$. Promotions influence purchasing decisions with a significance level of $0,01 < 0,05$. By (simultaneously) the variables of product innovation, product quality and promotion have an effect on purchasing decisions with a significance level of $0,028 < 0,05$.

Keywords: *product innovation, product quality, promotion, purchasing decisions.*

ABSTRAK

Dalam penelitian ini peneliti ingin menganalisis serta menguraikan pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung di Desa Lebaniwaras Gresik. Penelitian ini menggunakan 95 sampel dengan menggunakan teknik insidental sampling. Perolehan analisis, memperoleh simpulan inovasi produk mempengaruhi keputusan pembelian dengan diperoleh tingkat signifikansi sejumlah $0,039 < 0,05$. Kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian dengan diperoleh tingkat signifikansi sejumlah $0,027 < 0,05$. Promosi mempengaruhi keputusan pembelian dengan diperoleh tingkat signifikansi sejumlah $0,01 < 0,05$. Secara (simultan) Inovasi produk, kualitas produk dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian dengan diperoleh tingkat signifikansinya $0,028 < 0,05$.

Kata Kunci: inovasi produk, kualitas produk, promosi, keputusan pembelian.