

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian smartphone vivo pada siswa SMKN 1 Sooko Mojokerto. jumlah responden yang diambil sebanyak 136 siswa, dan menggunakan aksidental. data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala *likert*, dan teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Nilai yang sebelumnya dilakukan uji instrument validitas dan uji Asumsi klasik F hitung sebesar . hasil dari pengolahan data, menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara simultan kualitas produk, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian smartphone. sedangkan uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, promosi dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone vivo pada siswa SMKN 1 Sooko Mojokerto.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, promotion and brand image on purchasing decisions of Vivo smartphones on SMKN 1 Sooko Mojokerto students. the number of respondents taken was 136 students, and using accidental. Data was collected through a questionnaire using a Likert scale, and the analysis technique used was multiple linear regression. the calculated F value of 327,941 with the value of sig. 0,000. the results of data processing, show that there is a simultaneous influence of product quality, promotion and brand image on smartphone purchasing decisions. while the partial hypothesis test shows that the product quality, promotion and brand image variables have a significant effect on purchasing decisions of vivo smartphones for students of SMKN 1 Sooko Mojokerto.

Keywords: Product Quality, Promotion, Brand Image, Purchasing Decisions