

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh timbulnya persaingan antar produk-produk lama dan kemunculan berbagai produk-produk baru yang meramaikan persaingan pasar khususnya untuk kategori produk Handphone. Mengingat sekarang ini, handphone merupakan suatu barang kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari tentunya menyebabkan persaingan yang semakin ketat antar produk handphone untuk dapat menarik perhatian konsumen agar mau menggunakan produk handphone Android. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian.

Melalui metode kuesioner dengan menggunakan teknik *Purposive sampling* terhadap 80 orang responden yang menggunakan handphone android. Sedangkan populasi yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Reguler II Universitas Diponegoro Semarang.

Dimana variabel Loyalitas Merek, Kepuasan Konsumen, Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan. Pengujian hipotesis menggunakan koefisien regresi menunjukkan bahwa keempat variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen Keputusan Pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memang layak untuk menguji variabel dependen Keputusan Pembelian. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,814 menunjukkan bahwa sebesar 81,40 persen Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 19,60 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kelompok Acuan.