

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu pasar terbesar untuk penjualan *smartphone*, karena tingkat permintaan *smartphone* di Indonesia sangatlah tinggi. Iphone merupakan salah satu *smartphone* papan atas yang banyak diminati. Sejak diluncurkan pada tahun 2007 silam, produk keluaran Apple ini telah menggebrak pasar ponsel dunia dengan sederet inovasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Studi dilakukan pada konsumen produk *smartphone* iphone di Kota Semarang.

Nonprobability sampling digunakan dalam penelitian ini dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden (konsumen yang pernah melakukan pembelian produk *smartphone* Iphone di Kota Semarang). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci: Kualitas produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian