

ABSTRAK

Keputusan Pembelian merupakan penentuan satu atau lebih alternatif merk atau produk mana yang akan ditebus oleh pembeli. Keputusan Pembelian memiliki dampak tak langsung pada bisnis, yaitu menjadi indikator yang menaikkan atau menurunkan penjualan. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa variabel yaitu Harga, Kualitas Produk dan *Brand Image*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi dari variabel terkait keputusan pembelian yaitu harga, kualitas produk variabel intervening Brand Image pada produk Smartphone Advan.

Jumlah Responden yang digunakan pada penelitian ini ialah 100 mahasiswa Universitas Diponegoro menggunakan metode *judgement sampling* yang merupakan perwakilan atau sampel dari segmen muda pada penelitian ini. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif SEM dengan menggunakan SmartPLS melalui teknik Partial Least Square. Alasan pemilihan metode tersebut adalah agar penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam untuk menganalisis permasalahan terkait keputusan pembelian produk smartphone Advan.

Hasil penelitian menunjukkan beberapa variabel memiliki signifikansi, terutama pada kualitas produk yang memiliki nilai signifikansi tertinggi, baik terhadap *brand image* maupun keputusan pembelian. sedangkan variabel harga tidak berpengaruh terhadap *brand image* dan memiliki pengaruh terendah pada keputusan pembelian. Selain itu variabel *brand image* dapat memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, namun tidak dapat memediasi pengaruh antara variabel harga dengan keputusan pembelian produk smartphone Advan

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Produk, *Brand Image*, *Partial Least Square*