

## ABSTRAK

Maliki.Imam. 2020. Skripsi. **Pengaruh Harga, Merk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Samsung* Pada Counter *X-Metrik Plaza Kota Probolinggo***. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan di Counter *X-Metrik Plaza* Kota Probolinggo dengan tujuan mengetahui Pengaruh Hrag, Merk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Samsung* Pada Counter *X-Metrik Plaza* Kota Probolinggo .

Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif dengan pendekatan asodiatif, dengan Variable  $X_1$  Harga, Variable  $X_2$  Merk, ariable  $X_3$  Promosi dan Varible Y Keputusan Pembelian. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel 53 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah uji regresi berganda.

Hail Penlitian Ini Menunjukkan Bahwa : (1) Harga Berpengaruh terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai nilai  $t_{hitung}$  5,405 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,681 dengan nilai *sig. t* = 0,000, karena nilai *sig. t* < 0,05 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian. (2) Merk tidak terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai  $t_{hitung}$  1,526 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,681 dengan nilai *sig. t* = 0,135 karena nilai *sig. t* > 0,05 berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Merek terhadap Keputusan Pembelian. (3) Promosi terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai  $t_{hitung}$  3,830 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,681 dengan nilai *sig. t* = 0,000, karena nilai *sig. t* < 0,05 berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Harga, Merk dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian *Smartphone Samsung*.