

## **ABSTRAK**

Perilaku pembelian seseorang terhadap suatu produk dipengaruhi banyak faktor. Tiap individu mempunyai keinginan dan selera yang berbeda-beda penelitian ini bertujuan mengetahui untuk seberapa besar pengaruh kualitas produk, citra merek, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian produk smartphone Nokia serta mengetahui variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk smartphone Nokia pada masyarakat di kota Semarang. Tipe penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuisisioner. Sampel diambil sebanyak 100 responden yakni konsumen yang menggunakan smartphone Nokia.

Penentuan sampel dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier dan SPSS 21.0.

$$Y = 2,553 + 0,154 X1 + 0,377 X2 + 0,219 X3 + 0,269 X4$$

berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : (X1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Nokia, (X2) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel citra merek, (X3) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel promosi, (X4) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel harga terhadap keputusan pembelian smartphone Nokia.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Citra Merek, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian