

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, FAKTOR SOSIAL DAN  
FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TELEPON SELULER MEREK NOKIA DI KOTA BATANG**

**ARIEF PRATAMA**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,*

*Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 211201001910@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk,promosi,faktor sosial dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki telepon seluler merek Nokia di kota Batang . Sampel yang berjumlah 100 konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil analisis menunjukan bahwa : 1) Kualitas Produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3). Faktor Sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.4). Faktor Psikologis terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Faktor Sosial, Faktor Psikologis, dan Keputusan Pembelian

# **THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION, SOCIAL FACTORS AND PSYCHOLOGICAL FACTORS ON PURCHASE DECISIONS OF MOBILE PHONE BRAND NOKIA IN BATANG CITY**

**ARIEF PRATAMA**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,*

*Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 211201001910@mhs.dinus.ac.id*

## **ABSTRACT**

The purpose of this study was to analyze the influence of product quality, promotion, social factors and psychological factors on purchase decisions. The population in this research is consumers who have mobile phones brand Nokia in Batang City. A sample of 100 consumers. Method of data collection using questionnaire and analysis techniques used are multiple regression.

Results of the analysis show that: 1) product quality proved to be positive and significant effect on purchase decisions. 2) Promotion proved to be positive and significant effect on purchase decisions. 3). Factors proved to be positive and significant effect on purchase decisions. 4). Psychological factors proved to be positive and significant effect on purchase decisions.

**Keyword** : Product Quality, Promotion, Social Factors, Psychological Factors, and Purchase Decisions