

ABSTRACT

This research is to know the influence of advertising, brand trust and price to decision of Vivo Smartphone at Lippo Mall Karawaci. The object of this research is Lippo Mall Karawaci visitors. This research was conducted by questionnaire to 220 respondents with Incidental Sampling method and using descriptive and causal approach.. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of multiple linear regression test. The results of this study indicate that advertising has a positive and significant effect on the decision to purchase a Smartphone Vivo. Brand trust has a positive and significant effect on decision of vivo smartphone purchase and price have a positive and significant effect to decision of Vivo Smartphone purchase at Lippo Mall Karawaci.

Keywords : *Advertising, Brand Trust, Price and Purchase decisions.*



ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh periklanan, kepercayaan merek dan harga terhadap keputusan *Smartphone* Vivo di Lippo Mall Karawaci. Objek penelitian ini adalah pengunjung Lippo Mall Karawaci. Penelitian ini dilakukan kuisioner terhadap 220 responden dengan metode pengambilan sampel *Incidental Sampling* dan menggunakan pendekatan deskriptif dan kausal. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis *statistic* dalam bentuk uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Vivo. Kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Vivo dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Vivo di Lippo Mall Karawaci.

Kata kunci : Periklanan, Kepercayaan Merek, Harga dan Keputusan Pembelian

