

ABSTRACT

This study was to determine the effect of product quality , price perception, and brand awareness to the purchase decision . The object of this study is the Android Samsung Phone users in Central Jakarta especially in Vinilon Group employees. This study was conducted on 113 respondents Data analysis method used is multiple linear regression analysis

The results of this study indicate that the variable of product quality has positive and significant affect on purchase decision Android Samsung Phone. Furthermore variable of price perception has positive affect on purchase decision Android Samsung Phone, and brand awareness has positive affect on purchase decision Android Samsung Phone in the area of Central Jakarta.

Keywords: product quality, price perception, brand awareness and purchase decision

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah pengguna *Android Samsung* di wilayah Jakarta Pusat, khususnya pada karyawan *Vinilon Group*. Penelitian ini dilakukan terhadap 113 responden Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Android Samsung Phone*. Selanjutnya variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Android Samsung Phone* serta variabel kesadaran merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *Android Samsung Phone*.

Kata kunci: kualitas produk, persepsi harga, kesadaran merek dan keputusan pembelian