

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone second* berbasis android pada konsumen toko GPS Phone Sumokali, (2) mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone second* berbasis android pada konsumen toko GPS Phone Sumokali, (3) mengetahui pengaruh persepsi harga produk terhadap keputusan pembelian *smartphone second* berbasis android pada konsumen toko GPS Phone Sumokali, (4) mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian *smartphone second* berbasis android pada konsumen toko GPS Phone Sumokali, (5) Mengetahui pengaruh kualitas produk, merek, persepsi harga dan inovasi produk secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone second* berbasis android pada konsumen toko GPS Phone Sumokali. Lokasi penelitian dilakukan di Toko GPS Phone Sumokali, Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dan metode sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Identifikasi variabel yaitu untuk dependen variabel (Y) keputusan pembelian, dan independen variabel (X) terdiri dari kualitas produk, merek, persepsi harga dan inovasi produk. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan skala Likert; dan metode analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone second* berbasis android di Toko GPS Phone Sumokali, (2) merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone second* berbasis android di Toko GPS Phone Sumokali, (3) Persepsi Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone second* berbasis android di Toko GPS Phone Sumokali, (4) Inovasi produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone second* berbasis android di Toko GPS Phone Sumokali, (5) kualitas produk, merek, persepsi harga, dan inovasi produk berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone second* berbasis android di Toko GPS Phone Sumokali

Kata-kata kunci : kualitas produk, merek, persepsi harga, inovasi produk, keputusan pembelian.