

## **ABSTRAK**

Dalam Keputusan Pembelian, konsumen melihat dari beberapa variabel. Pada penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi. Pada penelitian ini diduga mempengaruhi keputusan pembelian yaitu Harga, Promosi, Distribusi, Produk dan Merek dengan menggunakan data yang diperoleh dari 100 responden, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh silmultan, parsial dan dominan antara variabel Harga ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Distribusi ( $X_3$ ), Produk ( $X_4$ ), dan Merek ( $X_5$ ) terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Tab di Surabaya ( $Y$ ).

Pada penelitian ini alat statistik yang digunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS versi 12 *for windows*. Hipotesis pada penelitian ini yaitu untuk melihat pengaruh secara silmultan, parsial dan dominan terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Tab di Surabaya. Dari ketiga hipotesis, satu hipotesis yang tidak terbukti yaitu variabel Harga yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Tab di Surabaya.

Jadi kesimpulan pada penelitian ini yaitu Harga ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Distribusi ( $X_3$ ), Produk ( $X_4$ ) dan Merek ( $X_5$ ) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy Tab di Surabaya ( $Y$ ) berpengaruh secara silmultan dengan nilai  $F_{hitung}$  25.425 >  $F_{tabel}$  2.31 dan juga berpengaruh secara parsial karena Harga ( $X_1$ ) t hitung (1.124) < t tabel (1.986), Promosi ( $X_2$ ) -t hitung (4.940) > -t tabel (1.986), Distribusi ( $X_3$ ) t hitung (3.77) < t tabel (1.986), Produk ( $X_4$ ) t hitung (2.388) < t tabel (1.986) dan Merek ( $X_5$ ) t hitung (1.006) > t tabel (1.986) terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Tab di Surabaya ( $Y$ ). Dan pada penelitian ini variabel yang paling dominan adalah variabel Promosi ( $X_2$ ) memiliki nilai *Standardized Coefficients-beta* tertinggi sebesar 0.475.

Kata kunci Samsung Galaxy Tab Surabaya, Promosi, Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

In the decision of purchase, consument saw from the same variable. In the earlier research said that the purchase decision was in flueng by the product, price, and promotion. In this research is assume that the farttors that influence the decision of purchase are price, promotion, distribution, brand and product with using the data from 100 respondents, the goal of this research is to knowing, the influenced of stimultant, partial, and dominant between price ( $X_1$ ), promotion ( $X_2$ ), distribution ( $X_3$ ), product ( $X_4$ ), and brand ( $X_5$ ) to ward the purchase decision of Samsung Galaxy Tab in Surabaya.

In thon withis research the statistic tool which using is double linear regregetion analition with SPSS version 12 for windows program. The first hypothesis of this research is to see the influenced of stimultant, partial, and dominant to word purchasing decision of Samsung Galaxy Tab in Surabaya. From this three hypothesis cannot prove the decision of purchasing Samsung Galaxy Tab in Surabaya is price.

So the conclusion in this research is price ( $X_1$ ), promotion ( $X_2$ ), distribution ( $X_3$ ), product ( $X_4$ ), and brand ( $X_5$ ) is a stimultant manner toward the purchasing decision of Samsung Galaxy Tab in Surabaya ( $y$ ) is influence as stimultant with score F count  $25.425 > F_{table} 2.31$  and also nfluence as partial because the price ( $X_1$ ) F count  $(1.124) < t_{tabel} (1.986)$ , promotion ( $X_2$ ) F count  $(4.940) > -t_{tabel} (1.986)$ , distribution ( $X_3$ ) F count  $(3.77) < t_{tabel} (1.986)$ , product ( $X_4$ ) F count  $(2.388) < t_{tabel} (1.986)$ , and brand ( $X_5$ ) F count  $(1.006) > t_{tabel} (1.986)$  to word the purchasing decision of Samsung Galaxy Tab in Surabaya ( $y$ ). In addition this research, the most dominant promotion variable ( $X_2$ ) has the nighest Standardized Coefficients-beta score 0.475.