

**PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PENDIDIKAN  
GANESHA**

**Oleh**

**Made Dwi Satrya Wiguna, NIM 2017041197**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi dan inovasi produk secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* Iphone pada mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kuasal. Sampel penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang disebar secara *online* melalui media *google form* yang kemudian dengan analisis regresi lienar berganda. Hasil penelirian ini menunjukkan bahwa (1) promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) promosi dan inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Iphone pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

**Kata Kunci:** inovasi produk, keputusan pembelian, dan promosi

*This study aims to examine the effect of promotion and product innovation simultaneously and partially on purchasing decisions for Iphone smartphones for students. The research method used is quantitative quantitative research. The research sample was students of the Faculty of Economics, Ganesha University of Education. The sampling method in this study was purposive sampling. Data were collected by questionnaires distributed online through google form media which were then analyzed with multiple regression analysis. The results of this study indicate that (1) promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) product innovation has a positive and significant effect on purchasing decisions, and (3) promotion and product innovation have a significant effect on purchasing decisions for Iphone smartphones for students of the Faculty of Economics, Ganesha University of Education.*

**Keywords:** *product innovation, purchasing decisions, and promotion*