

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh antara *brand image*, *product quality*, dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Realme. Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi bahwa *smartphone* Realme masih belum maksimal dalam menerapkan *brand image*, *product quality*, dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa *brand image*, *product quality*, dan *personal selling* secara parsial memiliki kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan koefisien determinasi yaitu sebesar 72,8%. Secara parsial besarnya pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian sebesar 11,4%, besarnya pengaruh *product quality* 48,3%, dan besarnya pengaruh *personal selling* 13,1%, sisanya 27,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka *brand image*, *product quality*, dan *personal selling* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan maupun parsial.

**Kata kunci :** *Brand Image, Product Quality, Personal Selling, Keputusan Pembelian.*