

## ABSTRAK

**Muhamad Ihsan Nurzaman (1178020149): PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Jurusan Manajemen Angkatan 2017-2020).**

Beragam faktor dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan dalam membeli suatu produk atau jasa, keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji antara Harga terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, serta Harga dan Kualitas Prouk terhadap Keputusan Pembelian.

Metode penelitian yang digunakan pada skripsi ini adalah metode deskriptif verifikatif menggunakan pendekatan secara kuantitatif. Objek pada penelitian ini adalah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung jurusan Manajemen angkatan 2017-2020. Pengambilan sampel menggunakan jenis *non probability sampling*, dan kemudian menggunakan rumus *slovin* sehingga sampel berjumlah 90 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, data premier ini di peroleh dari survey langsung pada mahasiswa yang sesuai dengan objek penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji t pada harga adalah  $t_{hitung} 2.266 > 1.66235 t_{tabel}$ . Sedangkan untuk nilai signifikansi dari Harga sebesar  $0.026 < 0.05$ . Dari data tersebut disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) dapat diterima yang artinya terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji t pada Kualitas Pruduk adalah  $t_{hitung} 5.120 > 1.66235 t_{tabel}$  Sedangkan nilai signifikan dari kualitas produk sebesar  $0.000 < 0.05$ . Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) dapat diterima yang artinya terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian. Hasil dari analisis uji f diketahui  $f_{hitung} 34.974 > 3.10 f_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ , artinya Harga dan Kualitas Produk secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan untuk hasil dari uji determinasi diketahui adalah 0.446 atau 44.6% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh Harga dan Kualitas Produk

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian**