

ABSTRAK

Cicy Kartika: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Mahasiswa FISIP Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2015.

Dengan semakin berkembangnya pada era telekomunikasi, perusahaan *Smartphone* harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi pangsa pasar. Terutama pada Elektronik Oppo Corps. Dan dari beberapa aspek yang termasuk kedalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Kualitas produk dan Harga menjadi bagian dari banyaknya faktor dalam memutuskan Keputusan Pembelian.

Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo pada Mahasiswa Fisip Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2015. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif,verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner. Dimana data yang diperoleh merupakan data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, reliabilitas, uji statistik deskripsi, uji korelasi,analisis regresi berganda, uji parsial (*t-test*), uji simultan (*F-test*), dan uji koefisien determinasi.

Hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $7,454 > 1,984467$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Begitu pula dengan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $3,719 < 1,984467$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dan secara simultan Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian dengan F Tabel $>$ F Hitung yaitu $90,429 > 3,090$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, artinya Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Harga sebesar $0,651$ atau $65,1\%$.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Dan Keputusan Pembelian.