

ABSTRAK

Fivy Refiyani NIM 1188020069 - Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2018-2021)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keputusan pembelian konsumen yang berdampak pada penurunan volume penjualan Laptop Lenovo pada tahun 2021. Hal itu diduga disebabkan oleh kualitas produk dan harga laptop Lenovo yang tidak memadai dalam pandangan konsumennya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan Pembelian Laptop Lenovo pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2018-2021, secara parsial dan simultan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang dari total populasi sebanyak 876 mahasiswa Manajemen dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan teknik *Purposive sampling*, dengan kriteria yang ditetapkan peneliti yaitu Mahasiswa jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan Tahun 2018-2021 dan sedang atau pernah menggunakan Laptop Lenovo. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online serta Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji t (parial), Uji F (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis menggunakan uji t (parsial) menunjukkan untuk variabel kualitas produk diperoleh $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2,101 \geq 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar ($0,038 \leq 0,05$), untuk variabel harga diperoleh $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($4,751 \geq 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar ($0,000 \leq 0,05$) dan dari hasil uji hipotesis secara simultan uji f menunjukkan bahwa nilai $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ ($32,911 \geq 3,09$) dengan nilai signifikansi sebesar ($0,000 \leq 0,05$). Dari perhitungan koefisien determinasi (r^2) diperoleh hasil sebesar 0,404 atau 40,4% sedangkan sisanya 59,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, hubungan antar variabel yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang sedang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.