

ABSTRAK

Rismayanti (1188020173) : “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018-2021 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen smartphone samsung pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018-2021 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan teknik quota sampling yaitu berdasarkan kriteria yang telah peneliti tetapkan sampai jumlah kuota yang diinginkan terpenuhi yaitu konsumen smartphone Samsung Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018-2021 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Untuk menentukan jumlah sampel yang diteliti, menggunakan teori Roscoe sehingga diperoleh sampel 100 responden.

Teknik pengumpulan data menggunakan metode penyebaran kuesioner secara online. Teknik analisis menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji-t (parsial), Uji-F (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 26.

Dari hasil pengolahan data didapatkan perolehan hasil persamaan regresi berganda $Y = -10,378 + 0,440X_1 + 0,502X_2 + 0,397X_3$. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa citra merek (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dibuktikan dengan uji t nilai t hitung $> t$ tabel $5,916 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien beta sebesar 0,440. Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dibuktikan dengan uji t nilai thitung $> t$ tabel $6,524 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien beta sebesar 0,502. Kualitas produk (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dibuktikan dengan uji t nilai thitung $> t$ tabel $5,462 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien beta sebesar 0,397. Dan secara hasil penelitian simultan Citra merek (X_1), harga (X_2), dan kualitas produk (X_3), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dibuktikan dengan nilai F hitung $> F$ tabel $117,995 > 2,70$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Besaran persentase pengaruh secara keseluruhan menggunakan uji koefisien determinasi sebesar 78,7% dan sisanya 21,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian