

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Kebutuhan, Gaya Hidup, dan Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Smartphone Realme pada Masyarakat Desa Ngepeh Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung” yang ditulis oleh Nila Saraswati, NIM. 12402173203, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Latar Belakang dari penelitian ini adalah perkembangan smartphone yang semakin pesat sekarang ini mempengaruhi keadaan masyarakat untuk mengikuti perkembangan tersebut khususnya masyarakat Desa Ngepeh sehingga banyak permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Ngepeh mengenai keputusan pembelian dari smartphone khususnya realme.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji secara parsial pengaruh promosi, kebutuhan, gaya hidup, dan citra merek terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat Desa Ngepeh Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Kemudian untuk mengetahui dan menguji secara simultan pengaruh promosi, kebutuhan, gaya hidup, dan citra merek terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat Desa Ngepeh Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 96 responden yaitu masyarakat Desa Ngepeh yang menggunakan smartphone realme. Sumber data diperoleh melalui dokumentasi, kuesioner dan observasi, kemudian diolah menggunakan SPSS 21 dan dianalisis dengan regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat Desa Ngepeh Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Variabel kebutuhan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat Desa Ngepeh Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Variabel gaya hidup dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat Desa Ngepeh Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Sedangkan hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel promosi, kebutuhan, gaya hidup, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian smartphone realme pada masyarakat Desa Ngepeh Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.

Kata Kunci : Promosi, Kebutuhan, Gaya Hidup, Citra Merek, dan Pengambilan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Promotion, Needs, Lifestyle, and Brand Image on Realm Smartphone Purchase Decision Making in the Ngepeh Village Community, Bandung District, Tulungagung Regency" written by Nila Saraswati, NIM. 12402173203, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic Institute, Supervisor Ahmad Syaichoni, M.Sy.

The background of this research is the increasingly rapid development of smartphones now affecting the condition of the community to follow these developments, especially the Ngepeh Village community so that there are many problems faced by the Ngepeh Village community regarding purchasing decisions from smartphones, especially realme.

This study aims to determine and partially examine the effect of promotion, needs, lifestyle, and brand image on the decision making of purchasing realme smartphones in the Ngepeh Village community, Bandung District, Tulungagung Regency. Then to find out and simultaneously test the effect of promotion, needs, lifestyle, and brand image on purchasing decisions on realme smartphones in the people of Ngepeh Village, Bandung District, Tulungagung Regency.

This research method uses a quantitative approach with associative research type. The technique used in sampling is purposive sampling. The number of samples in this study were 96 respondents, namely the Ngepeh Village community who used realme smartphones. Sources of data obtained through documentation, questionnaires and observations, then processed using SPSS 21 and analyzed by multiple linear regression to prove the hypothesis of this study.

The results showed that partially the promotion variable had no significant effect on purchasing decisions for realme smartphones in the Ngepeh Village community, Bandung District, Tulungagung Regency. The need variable has no significant effect on decision making on the purchase of realme smartphones in the Ngepeh Village community, Bandung District, Tulungagung Regency. Lifestyle variables and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions on realme smartphones in the Ngepeh Village community, Bandung District, Tulungagung Regency. While the results of the study simultaneously show that the variables of promotion, needs, lifestyle, and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions for realme smartphones in the Ngepeh Village community, Bandung District, Tulungagung Regency.

Keywords: *Promotion, Needs, Lifestyle, Brand Image, and Purchase Decision Making*