

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xioami pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung ini ditulis oleh Anas Dharmawan, NIM 12402173300, pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh masa perkembangan teknologi semakin pesat dan semakin banyak inovasinya khususnya *smartphone*. *Smartphone* di era sekarang menjadi barang yang hampir dimiliki oleh banyak orang. *Smartphone* dari tahun ke tahun terus berkembang dan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pada saat ini *smartphone* bukan hanya sebagai alat komunikasi, melainkan bisa melakukan banyak hal dari pada pendahulunya. Khususnya mahasiswa IAIN Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berkaitan dengan pengetahuan konsumen, kualitas produk dan harga sangat penting bagi mereka dalam mengambil keputusan pembelian. Berdasarkan permasalahan yang disebutkan penelitian di atas peneliti sangat tertarik untuk mengadakan tentang pengetahuan konsumen, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini data primer (kuesioner) dengan pengukuran menggunakan skala *likert*. Kemudian hasil kuesioner dianalisis menggunakan uji instrumen data yaitu uji validitas, uji normalitas, uji regresi, uji hipotesis yaitu uji T, uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel variabel pengetahuan konsumen, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Pengetahuan konsumen, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

Kata kunci: *Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Consumer Knowledge, Product Quality and Price on the Purchase Decision of Xioami Smartphones on Students of the Islamic Economics and Business Faculty IAIN Tulungagung was written by Anas Dharmawan, NIM 12402173300, supervisor Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This research is motivated by a period of increasingly rapid technological development and more and more innovations, especially smartphones. Smartphones in today's are almost owned by many people. Smartphones from year to year continue to grow and experience very rapid development. At this time smartphones are not only a means of communication, but can do many things than their predecessors. Especially students of IAIN Tulungagung Faculty of Islamic Economics and Business related to consumer knowledge, product quality and price are very important for them in making purchasing decisions. Based on the problems mentioned above, the researcher is very interested in conducting consumer knowledge, product quality and price on purchasing decisions for Xiaomi brand smartphones.

Of research. The sampling method in this research is Purposive Sampling with a sample of 100 respondents. The data source use in this research is primary data (questionnaire) with measurements using a Likert scale. Then the result of the questionnaire were analyzed using test data instrument tests namely validity test, normality test, , regression test, hypothesis test, T test, F test.

The results of this study indicate that there is an influence of variables on consumer knowledge, product quality and price on purchasing decisions for Xiaomi Smartphones in Students of the Islamic Economics and Business Faculty, IAIN Tulungagung. consumer knowledge, product quality and price together to increase purchasing decisions for Xiaomi smartphones for Students of the Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung.

Keywords: *Consumer Knowledge, Product Quality, Price and Purchase Decision.*