

ABSTRAK

Skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Konten *Marketing* Dan Garansi produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toko *Topsell* Tulungagung”, yang ditulis oleh Razana, NIM 12405193180, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh saat ini Penggunaan teknologi telah berkembang pesat pada kehidupan manusia terutama pada zaman sekarang ini. Tidak jarang berbagai kalangan merasakan perkembangan teknologi sekarang ini terutama terhadap teknologi elektronika yang dapat menghasilkan informasi yang efisien. Tak terkecuali *Topsell* Tulungagung dimana toko ini memiliki banyak pesaing dalam bisnis elektronik. Dengan demikian *Topsell* menggunakan strategi baru untuk menarik keputusan pembelian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh konten *marketing* terhadap keputusan pembelian dan pengaruh garansi produk terhadap keputusan pembelian serta pengaruh konten *marketing* dan garansi produk terhadap keputusan pembelian yang bertujuan pada konsumen Toko *Topsell* Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif dengan mengambil sampel menggunakan tehnik *non probability sampling* . Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 68 responden yang merupakan konsumen *Topsell* Tulungagung . Teknik analisis dengan menggunakan uji instrument data ,uji asumsi klasik,uji regresi linier dan uji hipotesis . Kemudian data koersioner dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda guna membuktikan hipotesis penelitian.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui variabel konten *marketing* dan garansi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian . Melalui uji f dapat diketahui bahwa konten *marketing* dan garansi produk bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko *Topsell* Tulungagung. Pada uji R square 0,392 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y 39,2 % dan 60,8 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian yang dilakukan.

Kata kunci: Garansi, Keputusan, Konten.

ABSTRACT

This thesis, entitled "The Influence of Content Marketing and Product Warranty on Purchasing Decisions in Topsell Tulungagung Shop Consumers", written by Razana, NIM 12405193180, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Business Management Study Program, Islamic University State of Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor of Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

This Research is motivated by the current use of technology has grown rapidly in human life, especially in this day and age. Not infrequently various circles feel the current technological developments, especially in electronic technology that can produce efficient information. The Topsell Tulungagung store is no exception where this store has many competitors in the electronics business. Thus Topsell uses a new strategy to attract purchasing decisions

The purpose of this research is to determine the effect of content marketing on purchasing decisions and the effect of product guarantees on purchasing decisions as well as the influence of content marketing and product warranties on purchasing decisions aimed at consumers at Topsell Tulungagung stores.

This study uses a type of quantitative research approach by taking samples using non-probability sampling techniques. The number of samples in this study were 68 respondents who were consumers of Topsell Tulungagung stores. Analysis techniques using data instrument test, classical assumption test, linear regression test and hypothesis testing. Then the questionnaire data were analyzed using multiple linear regression analysis to prove the research hypothesis

Based on the results of testing the hypothesis shows that based on the results of the study it can be seen that marketing content variables and product guarantees have a positive and significant effect on purchasing decisions. Through the f test it can be seen that marketing content and product guarantees both have a positive and significant effect on purchasing decisions for consumers at Topsell Tulungagung stores. In the R square test of 0.392 this means that the influence of the variables X_1 and X_2 simultaneously on Y is 39.2% and the remaining 60.8% is influenced by other variables outside the research variables being conducted.

Keywords: Content, Warranty, Decisions.