

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang Menggunakan Handphone Oppo” ini ditulis oleh Mohammad Haris Yulio Kusama, NIM 126405213202 dengan pembimbing Didik Setiawan, S.E., M.M.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan masyarakat terhadap handphone untuk menunjang seluruh kegiatan seperti bekerja, belajar, dan lain-lain, sehingga mempengaruhi konsumen untuk membeli. Keputusan pembelian merupakan proses yang berawal dari konsumen mengenal seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk handphone oppo pada mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang menggunakan oppo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 151 responden dari mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, serta koefisien determinasi ($\text{adjusted } R^2$).

Hasil penelitian adalah (1) Harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone OPPO, (2) Kualitas produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone OPPO, (3) Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone OPPO, (4) dan harga, kualitas produk, dan promosi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk handphone OPPO. Implikasi praktis bagi perusahaan adalah menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif khususnya memperhatikan pada faktor harga dan kualitas produk karena tidak berpengaruh positif dan signifikan, serta terus berinovasi dalam strategi promosi yang dimana memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk handphone oppo pada mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang menggunakan oppo.

ABSTRACT

The thesis titled "The Influence of Price, Product Quality, and Promotion on Purchase Decisions among FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Students Using Oppo Mobile Phones" was written by Mohammad Haris Yulio Kusama, NIM 126405213202, under the supervision of Didik Setiawan, S.E., M.M.

Keywords: Price, Product Quality, Promotion, Purchase Decision

This research is motivated by the community's need for mobile phones to support all activities such as work, study, and others, thereby influencing consumers to make purchases. The purchase decision is a process that begins with consumers understanding how well each alternative can solve their problems, which then leads to the purchase decision. The purpose of this research is to determine the partial and simultaneous effects of price, product quality, and promotion on the purchasing decisions of Oppo mobile phones among FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung students who use Oppo.

This research uses a quantitative approach with an associative type. The sample taken in this study consisted of 151 respondents from FEBI students at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. The sampling technique used is purposive sampling. The data sources used in this research are primary and secondary data. The measurement in this study uses a Likert scale. Data processing uses the SPSS application. The data analysis techniques employed are validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and the coefficient of determination (adjusted R²).

The research results are (1) Price does not have a positive and significant effect on the purchasing decision of OPPO mobile phone products, (2) Product quality does not have a positive and significant effect on the purchasing decision of OPPO mobile phone products, (3) Promotion has a positive and significant effect on the purchasing decision of OPPO mobile phone products, (4) and price, product quality, and promotion simultaneously have a positive effect on the purchasing decision of OPPO mobile phone products. The practical implication for the company is to develop a more effective marketing strategy, particularly by paying attention to the factors of price and product quality because they do not have a positive and significant effect, and to continue innovating in promotional strategies which have a positive and significant effect on the purchasing decision of OPPO mobile phone products among FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung students who use OPPO.