

ABSTRAK

MUHAMMAD RIFAL, 2018 Pengaruh Kualitas dan Harga Produk *Smartphone* Xiaomi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Counter* Warna – Warni *Cell*, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Abd.Rahman Rahim dan Pembimbing II Ismail Rasulong.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas dan harga produk *Smartphone* Xiaomi terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Counter* Warna-Warni *Cell*.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna *smartphone* xiaomi terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Counter* Warna-Warni *Cell*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 67 orang. Pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*, dengan jenis metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert yang masing-masing sudah diuji coba dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas dan harga produk *smartphone* xiaomi secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Counter* Warna - Warni *Cell*. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai $F_{hitung} 15,167 > 3,24$ dengan nilai signifikansi (sig) sebesar $0,002 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan hasil uji t (Uji Parsial) tidak semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Counter* Warna – Warni *Cell*. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai t_{hitung} variabel kualitas sebesar $3,930 > 1,999$ dan nilai signifikansi (sig) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) dan nilai t_{hitung} variabel harga produk sebesar $-1,245 < 1,999$ dan nilai signifikansi (sig) adalah sebesar $0,218 > 0,05$ ($\alpha = 5\%$), artinya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Counter* Warna-Warni *Cell* sedangkan harga produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Counter* Warna – Warni *Cell*.

Kata Kunci : *Kualitas, Harga Produk, Keputusan Pembelian Konsumen*

ABSTRACT

MUHAMMAD RIFAL, 2018 *The Influence of Quality and Price of Xiaomi Smartphone Products on Customer Purchase Decision On Counter Warna - Warni Cell, Faculty of Management Program of Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Makassar. Guided by Supervisor I Abd.Rahman Rahim and Supervisor II Ismail Rasulong.*

This study aims to determine the quality and price of xiaomi smartphone products to consumer purchases on Counter Warna – Warni Cell.

The type of research used in this study is quantitative. Population in this research is all consumer of Smartphone Xiaomi consumer to consumer purchase result on Counter Warna-Warni Cell. The sample in this study routine 67 people. Sampling uses nonprobability sampling, with a type of accidental sampling method. Data collection techniques used questionnaires with different scales and reliability. Data analysis technique used in this research is doubled linear regression.

The result of multiple linear regression analysis shows that the variables of quality and price of xiaomi product simultaneously have a positive relation to consumer purchase result on Counter Warna-Warni Cell. This can be proven from the value of $F_{count} 15,167 > 3.24$ with a significance value (sig) of $0.002 \leq 0.05$ ($\alpha = 5\%$). Based on the test results (Partial Test) there is no positive and significant variables on consumer purchases on Counter Warna-Warni Cell. This can be proven from the value of t_{count} of quality variable equal to $3,930 > 1,999$ and significance value (sig) that is equal to $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) and t_{count} value of product price variable equal to $-1,245 < 1,999$ and significance value (sig) $0.218 > 0.05$ ($\alpha = 5\%$), positive and significant average quality of consumer purchases at Cellular Colors Price is unreasonable and significant product price to consumer purchases on Counter Warna-Warni Cell.

Keywords: Quality, Product Price, Consumer Purchase Decisio