

## ABSTRAK

**ELDA NUR ALIZAKIYA 2022. PENGARUH HARGA, FITUR DAN GARANSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM PADA SMARTPHONE MEREK XIAOMI DI KOTA TASIKMALAYA. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.**

Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen adalah produk, harga, fitur, promosi dan distribusi. Konsumen memilih *smartphone* yang menawarkan harga yang lebih terjangkau, karena harga merupakan cara awal bagi konsumen untuk menilai daya tarik dari suatu produk. Selain itu kelengkapan fitur, inovasi fitur dan tersedianya layanan garansi menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam pembelian *smartphone* merek Xiaomi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, fitur dan garansi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada *smartphone* merek Xiaomi di Kota Tasikmalaya baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel 100 responden pengguna *smartphone* merek Xiaomi di Kota Tasikmalaya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah dengan aplikasi SPSS versi 25.0. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut: 1) Harga mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi 52.3% dan nilai uji t 10.368; 2) Fitur mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi 50.8% dan nilai uji t 10.059; 3) Garansi mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi 33.4% dan nilai uji t 7.570; 4) Harga, fitur dan garansi mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi 65.3% dan nilai uji F sebesar 59.66.

Harga, fitur dan garansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan, sehingga semua hipotesis diterima. Variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu harga.

**Kata Kunci : Harga, Fitur, Garansi, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

### ***ELDA NUR ALIZAKIYA 2022. INFLUENCE PRICE, FEATURES AND WARRANTY TO PURCHASING DECISION OF MUSLIM CONSUMERS ON SMARTPHONE XIAOMI BRAND IN THE CITY OF TASIKMALAYA.***

*Factors which influence consumer purchasing decisions are product, price, features, promotion and distribution. Consumer choose smartphone that offers more affordable price, because price is the first way for consumers to assess the attractiveness of a product, beside that complete features, feature inovation and availability of warranty service be a consideration for consumers in buying xiaomi products. The purpose of this research is to know influence price, features and warranty the purchasing decision of muslim consumers on smartphone Xiaomi brand in the City of Tasikmalaya partially and simultaneously.*

*The research uses quantitative method with a sample of 100 respondents Xiaomi brand smartphone users in the city of Tasikmalaya. Data collection technique using a questionnaire which is processed using the SPSS application versio 25.0.Data analysis using multiple linear regression.*

*Research result of the study are as follows 1) price affects purchasing decisions with the coefficient of determination 52,3% and t test value 10,368; 2) Features affects purchasing decisions with the coefficient of determination 50,8% and t test value 10,059; 3) Warranty affects purchasing decisions with the coefficient of determination 33,4% and t test value 7,570; 4) price, features and warranty affects purchasing decisions with the coefficient of determination 65,3% and F test value 59.66.*

*Price, features and warranty significant effect on purchasing decisions partially and simultaneously, so that all hypotheses are accepted. The most influential variable on purchasing decisions is price.*

***Keyword : Price, Features, Warranty, Purchasing Decisions.***