

## ABSTRAK

### **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA APLIKASI FACEBOOK ANGGOTA GRUP JUAL BELI HANDPHONE SECOND BANDAR LAMPUNG)**

Oleh

**Gilang Adi Cahya**

Inovasi dalam teknologi 4.0 telah mendorong munculnya media sosial pada beberapa waktu terakhir. Dalam kehidupan sehari-hari, konsumen sering kali merasa terdesak oleh berbagai peristiwa eksternal, yang kemudian menimbulkan motivasi yang kuat bagi konsumen untuk menggunakan berbagai cara untuk mengatasi keadaan tersebut. Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Aplikasi Facebook Anggota Grup Jual Beli *Handphone Second* Bandar Lampung). Jenis penelitian explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Grup Jual Beli *Handphone Second* Bandar Lampung. Data tersebut diperoleh dari kuesioner yang diisi secara online, teknik penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu *nonprobability* sampling dengan teknik *purposive* serta pengambilan sampling dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji F dan uji  $R^2$  dengan alat bantu software SPSS. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, terlihat bahwa kepercayaan, persepsi harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 64%. Sementara itu, hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Merek dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF PRICE PRODUCT QUALITY AND BRAND ON PURCHASE DECISIONS (A STUDY ON MEMBERS OF THE SECOND HAND PHONE BUYING AND SELLING GROUP ON FACEBOOK IN BANDAR LAMPUNG)**

**By**

**Gilang Adi Cahya**

*Innovations in 4.0 technology have driven the emergence of social media in recent times. In everyday life, consumers often feel pressured by various external events, which then create a strong motivation for them to use various means to cope with these circumstances. This research explains the influence of price and product quality on purchasing decisions (Study on the Facebook application of members of the second hand cellphone buying and selling group in Bandar Lampung). This type of research is explanatory research with a quantitative approach. The population in this study were members of the Second Bandar Lampung Mobile Phone Buying and Selling Group. This data was obtained from a questionnaire filled out online, the sampling technique in this research was non-probability sampling with a purposive technique and sampling in this research used probability sampling with a simple random sampling technique with a sample size of 100 respondents. Data analysis in this research uses descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Hypothesis testing uses the t test, F test and R<sup>o</sup> test with SPSS software tools. Based on the research and data analysis, it is evident that trust, price perception, and product quality simultaneously affect purchasing decisions by 64%. Meanwhile, the partial testing results show that price has a significant influence on purchasing decisions, product quality does not have a significant influence on purchasing decisions, and brand has a significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords: Price, Product Quality, Brand and Purchasing Decision**

