

ABSTRAK

Dwi Sumiyarto. 2019. *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Samsung oleh Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dr. Syaugi Mubarak Seef, M.A. (II) Pati Matu Jahra, S.Ag, M.SI

Kata Kunci: Pengambilan Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin yang memakai produk *handphone* merek Samsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dan untuk mengetahui dari empat faktor tersebut faktor manakah yang pengaruhnya paling dominan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kuantitatif.

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa ada pengaruh faktor harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran secara simultan atau sama-sama terhadap pengambilan keputusan pembelian, dilihat dari hasil uji F, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar 16.667 dan F_{tabel} adalah 1,69 ($16.667 > 1,69$) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,10 ($0,000 < 0,10$). Secara Parsial ada tiga faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian, yaitu faktor harga kualitas dan promosi, sedangkan faktor kemudahan dalam pembayaran tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian *handphone* merek Samsung. Dari empat faktor tersebut, faktor harga merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi pengambilan keputusan pembelian. Ini dibuktikan dari hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.679 > 1,661$) atau nilai sig < nilai α ($0,009 < 0,10$).