

ABSTRAK

Megawati Helmah. 2021. Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Secara Online, Harga, dan Garansi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin). Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Mahmud Yusuf, M.Si

Kata Kunci: Citra Merek, Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Secara Online, Harga, Garansi, Keputusan Pembelian.

Era saat ini jenis *smartphone* telah banyak bermunculan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, komunikasi dari mulut ke mulut secara online, harga, dan garansi terhadap keputusan pembelian *smartphone*. Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode penyebaran kuesioner melalui google form. Data diperoleh melalui Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dengan mengambil 100 orang responden. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Data diperoleh menggunakan analisis regresi linear berganda program SPSS 22.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dari nilai uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar ($0,047 > 0,05$). Sedangkan Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Secara Online, Harga, dan Garansi tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dikarenakan variabel-variabel tersebut bernilai signifikansi $< 0,05$. Sedangkan secara simultan variabel Citra Merek, Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Secara Online, Harga, dan Garansi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* karena nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$).