

ABSTRAK

Safwati. 2023. *Pengaruh Word Of Mouth dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perdana Internet Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin.* Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dra. Naimah, M.H.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, Harga, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi di era modern ini sehingga menghasilkan inovasi-inovasi baru salah satunya internet. Internet adalah satu dari banyaknya hasil perkembangan teknologi yang menciptakan nilai praktis dalam daftar kebutuhan pokok masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* dan Harga terhadap keputusan pembelian perdana internet Indosat Ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasinya adalah mahasiswa aktif FEBI UIN Antasari Banjarmasin angkatan 2018-2020. Penentuan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *puposive sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran menggunakan skala likert, dengan teknik analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini, Hasil uji T menunjukkan *word of mouth* dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian perdana internet Indosat Ooredoo. Hal ini berdasarkan hasil uji T pada variabel *word of mouth* dengan nilai $t_{hitung} 4,220 > t_{table} 1,984$ dengan nilai sig. $0,001 < 0,05$. Selanjutnya hasil uji T pada variabel harga dengan nilai $t_{hitung} 5,446 > t_{table} 1,984$ dengan nilai sig. $0,001 < 0,05$. Hasil pada ada uji F menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian perdana internet Indosat Ooredoo, hal ini berdasarkan hasil uji F dengan nilai $f_{hitung} 39,142 > f_{table} 3,09$ dengan nilai sig. $0,001 < 0,05$.