

ABSTRAKSI

Dedi Afriyansah, Nomor Induk Mahasiswa: 152110111, Program Studi Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul: **Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Android Xiaomi** (Studi pada Komunitas Mi Fans Yogyakarta”) 2016. Pembimbing I Humam Santoso Utomo, S.Sos, M.AB dan pembimbing II Didik Indarwanta, S.Sos, M.AB

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* android xiaomi secara simultan dan parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas *smartphone* Xiaomi Yogyakarta yaitu sebanyak 192 orang dalam *instan messenger* Telegram. Sampel diambil dengan teknik *simple random sampling*, didapat sampel sebanyak 66 responden. Teknik pengumpulan data dengan cara kuesioner.

Variabel penelitian ini merupakan variabel independen yaitu harga dan promosi, serta variabel dependennya yaitu keputusan pembelian. Pengaruh variabel bebas diukur dengan menggunakan indikator harga yang meliputi: Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Indikator promosi meliputi: Periklanan promosi penjualan *public relation*, dan pemasaran langsung. Indikator variabel keputusan pembelian meliputi: Daya tarik, kemantapan membeli, sesuai kebutuhan, dan manfaat asosiasi (*benefit association*).

Hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh signifikan dari harga dan promosi secara simultan dan secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* android Xiaomi. Uji validitas dengan rumus korelasi product moment dan uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial yang meliputi: uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, serta pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa: 1) Ada pengaruh signifikan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian *smartphone* android Xiaomi secara simultan. 2) Ada pengaruh signifikan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian *smartphone* android Xiaomi secara parsial.

Kata kunci: Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian.