

ABSTRAK

Naili Hilmiya (NIM: 1320320005). “Pengaruh Komunitas, Fitur, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian HP *Smartphone* 4G (Studi Kasus di *Counter* HP AD *Cellular* Jepang Mejobo Kudus)”. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh komunitas, fitur, dan harga terhadap keputusan pembelian HP *smartphone* 4G pada pembeli di *Counter* HP AD *Cellular* Jepang Mejobo Kudus. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, menghitung koefisien determinasi, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Komunitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($7,200 > 1,984$) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). 2) Fitur berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,783 > 1,984$) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). 3) Harga berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap keputusan pembelian karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($-0,148 < 1,984$) dan nilai signifikansi yang lebih dari 0,05 yaitu sebesar ($0,883 > 0,05$).

Kata Kunci: *Komunitas, Fitur, Harga, Keputusan Pembelian*