

SINDY CLAUDIA PASANGKA. NPM : 91611404122058. **Pengaruh Garansi dan Popularitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Pada Toko Cipta Makmur Tentena.** Dibimbing oleh Bapak Adolf O.S Lubalu sebagai pembimbing I dan Ibu Irma Mbae sebagai pembimbing II.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Garansi dan Popularitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Pada Toko Cipta Makmur Tentena. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Adapun populasi yang digunakan adalah konsumen pada Toko Cipta Makmur Tentena. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Simple Random Sampling* dengan sampel sebanyak 51 responden. Data diolah dengan analisis regresi berganda menggunakan aplikasi SPSS. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut $Y = 9,925 + 0,169X_1 + 0,532X_2 + e$. Hasil pengujian hipotesis yaitu koefisien determinasi R^2 diperoleh sebesar 0,266. Berarti 26,6% keputusan pembelian ditentukan oleh variabel garansi dan popularitas produk sisanya 73,4% ditentukan oleh variabel lain. Hasil uji F menunjukkan bahwa garansi dan popularitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai F hitung sebesar 8,713 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai T hitung variabel garansi 0,851 dengan signifikansi sebesar $0,399 > 0,05$, Nilai T hitung variabel popularitas produk 3,947 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Uji T membuktikan variabel independen garansi tidak berpengaruh signifikan dan popularitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Pada Toko Cipta Makmur Tentena.

Kata Kunci : Garansi, Popularitas Produk, Keputusan Pembelian.



SINDY CLAUDIA PASANGKA.91611404122058. *The Effect of Warranty and Product Popularity on Refrigerator Purchase Decisions at CiptaMakmurTentena Stores.* Supervised by Adolf O.S Lubalu and Irma Mbae.

ABSTRACT

This study aims to find out the effect of warranty and product popularity on refrigerator purchase decisions at Cipta Makmur Tentena shop. The data used in this study are primary data and secondary data. The data are collecting through questionnaire. The population is the consumer at the Cipta Makmur Tentena shop. The sampling technique used in this study is Simple Random Sampling method with 51 respondents. The data are processed by multiple regression analysis by using SPSS application. Based on the research results, the regression equation is obtained as follows: $Y = 9.925 + 0.169X_1 + 0.532X_2 + e$. The results of hypothesis testing, namely the coefficient of determination R is obtained at 0.266. It means that 26.6% of purchasing decisions is determined by the warranty variable and the remaining 73.4% of the product's popularity is determined by other variables. The F test result shows that the warranty and product popularity simultaneously have a significant effect on purchasing decisions, with a calculated F value of 8.713 with a significance of $0.000 < 0.05$. The T value of the warranty variable is 0.851 with a significance of $0.399 > 0.05$, the T value of the variable product popularity is 3.947 with a significance of $0.000 < 0.05$. T test proves that the independent variable warranty does not have a significant effect, while product popularity has a significant effect on refrigerator purchasing decisions at CiptaMakmurTentena Stores.

Keywords: *Warranty, Product Popularity, Purchase Decision*