

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE PADA GEN-Z (Studi pada Mahasiswa Jurusan DKV Angkatan 21 Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empirik apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan pengambilan keputusan pembelian iPhone pada Gen-Z (studi pada mahasiswa DKV Universitas Putra Indonesia “YPTK”) Padang. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Pengambilan Keputusan Pembelian. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kualitas produk dan skala pengambilan keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pada Gen-Z (studi pada mahasiswa DKV Universitas Putra Indonesia “YPTK”) Padang) dengan jumlah populasi sebanyak 108 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dalam bentuk teknik *Purpose Sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah Gen-Z mahasiswa aktif DKV Universitas Putra Indonesia “YPTK”) Padang pengguna iPhone dengan jumlah sampel sebanyak 70 orang. Hasil koefisien validitas pada skala kualitas produk dengan nilai *corrected item-total correlation* berkisar antara $r_{ix} = 0,314$ sampai dengan $r_{ix} = 0,802$ dengan koefisien reliabilitasnya 0,947. Hasil koefisien validitas pada skala pengambilan keputusan pembelian dengan nilai *corrected item-total correlation* berkisar antara $r_{ix} = 0,353$ sampai dengan $r_{ix} = 0,735$ dengan koefisien reliabilitasnya sebesar 0,948. Teknik analisis data menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji linearitas, uji regresi linear sederhana dan koefisien determinasi. Berdasarkan analisis data, nilai korelasi 0,787 dengan tingkat signifikansi 0,000, artinya hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan pengambilan keputusan pembelian iPhone pada Gen-Z (studi pada mahasiswa DKV angkatan 21 Universitas Putra Indonesia “YPTK”) Padang). Adapun sumbangan efektif dari kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian sebesar 62%, hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk mampu memberikan kontribusi positif terhadap pengambilan keputusan pembelian sebesar 62%.

Kata kunci: kualitas produk, pengambilan keputusan pembelian, GEN-Z, mahasiswa, *smartphone*.