

ABSTRAK

Andra Cell merupakan pelaku usaha dalam sektor teknologi yang menawarkan jual beli smartphone yang terdiri dari *Oppo*, *Vivo*, *Samsung*, *Realme* dan *Xiaomi*, serta berdiri tahun 2015. Bentuk promosinya saat ini tidak menggunakan media sosial, melainkan dengan cara memanfaatkan promosi model *word of mouth* dari konsumen yang pernah melakukan transaksi untuk mereferensikannya kepada lingkungan

Tujuan dalam penelitian ini Untuk mengetahui gambaran umum dari Toko Andra Cell. Untuk mengetahui penetapan harga dan kondisi keputusan pembelian *Smartphone* merek *Vivo* pada toko *Andra Cell*. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian smartphone *Vivo* pada toko *Andra Cell*. Untuk mengetahui hambatan dan upaya yang dilakukan oleh toko *Andra Cell*. Metode penelitian yang digunakan menggunakan kuantitatif. Teknik pengumpulan data bersifat observasi non partisipan, wawancara dan angket melalui *Google Form* sebanyak 66 responden berdasarkan perhitungan rumus slovin untuk dibagikan kepada masyarakat Kota Cianjur. Teknik Analisis Data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Analisis Rank Spearman, Koefisien Determinasi serta Uji Hipotesis.

Berdasarkan hasil dari penelitian variabel x yaitu penetapan harga maka peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada *Andra Cell* memiliki pengaruh yang signifikan positif dan hipotesis dapat diterima.

Saran dari peneliti yaitu satu sebaiknya *Andra Cell* melakukan bentuk pelayanan yang berbeda dan berkarakter sehingga masyarakat Cianjur akan selalu membeli kebutuhan smartphonenya pada *Andra Cell*, yang kedua sebaiknya *Andra Cell* melengkapi jenis dan tipe produk yang secara umum disukai juga oleh beberapa kalangan seperti halnya merek *Sony* dan juga *Apple*.

Kata kunci : Penetapan Harga, Keputusan Pembelian.