

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

OPPO SMARTPHONE

(Survei Pada Konsumen OPPO Smartphone di Yogyakarta)

IKHSAN NURAHMAN

NIM. 141140323

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

nurahman1203@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian OPPO *Smartphone*. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: sudah pernah membeli dan menggunakan OPPO *Smartphone* dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian OPPO *Smartphone* pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai R Square sebesar 0,802, artinya 80,2% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen (Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi) dan sisanya yaitu 19,8% ($100\% - 80,2\% = 19,8\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, keempat variabel independen yang terdiri dari Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi bernilai positif dan signifikan.

Kata kunci: Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian