

**PENGARUH CITRA MEREK, KOMUNIKASI
PEMASARAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUAN
PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO**
(Survei pada Mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta)

Fernando Tappang

NIM : 141150394

Email : tappangfernando@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, komunikasi pemasaran dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone OPPO. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta yang telah membeli dan menggunakan OPPO, dan masih aktif menjadi mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta yang dibuktikan dengan KTM yang masih berlaku. Jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Berganda. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, serta citra merek, promosi, dan harga bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Komunikasi Pemasaran, Harga, Keputusan Pembelian

