

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK OPPO

Aji Kurnia

## Abstrak

*Smartphone* merupakan telepon selular yang digemari oleh masyarakat karena dapat menunjang kebutuhan di bidang teknologi dan informasi secara. Oppo merupakan salah satu perusahaan yang memasarkan *smartphone* di pasaran saat ini. Penelitian ini dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Kualitas produk dipengaruhi oleh kinerja, fitur, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan layanan dan estetika. Harga dipengaruhi oleh harga sesuai daya beli, perbandingan harga dan harga bersaing. Citra merek dipengaruhi oleh manfaat, pengguna, tokoh dan gaya hidup. Dalam pengambilan keputusan seorang konsumen terdapat lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan membeli dan perilaku setelah pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara simultan dan parsial kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

# **THE ANALYSIS INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION OF OPPO SMARTPHONE**

**Aji Kurnia**

## ***Abstract***

*Smartphone is a mobile phone that love by the people because it can support the need of technology and information. Oppo is one of company that produce smartphone nowadays. This study was conducted to test whether or not the influence of product quality, price and brand image of the Oppo smartphone purchase decision. Product quality is affected by the performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability and aesthetics. Prices are influenced by the price according to purchasing power, price comparison and competitive price. Brand image is affected by the benefits, the user and lifestyle. In a consumer decision-making there are five stages: problem recognition, information search, alternative assessment, decisions to buy and behavior after purchase. This study aims to determine the effect of partially and simultaneously influence the quality of the product, price and brand image on purchase decisions. Data collection techniques using primary data by distributing questionnaires to 100 respondents. The sampling technique in this research is Non Probability Sampling with purposive sampling method. Analysis techniques using multiple regression analysis. Results of research simultaneously and partially the product quality, price and brand image positive and significant impact on purchasing decisions.*

**Keyword:** *Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision*