

***Analysis of the Effect of Product Quality, Price, and Brand Image on Oppo Smartphone Purchase Interest (Case Study in the South Jakarta Region)***

***By***

**Muhamad Idris**

***Abstract***

*This research is a quantitative study that aims to determine the effect of product quality, price and brand image on buying interest. The population in this study were smartphone users who lived or were active in the South Jakarta area. The sample size was taken as many as 75 respondents, with non-probability sampling technique sampling with purposive sampling method. Data collection is done through the spread of google form online questionnaires. The analysis technique used is the inferential analysis method through PLS (Partial Least Square) with SmartPLS 3.2 software. The results of this study indicate that (1) Product quality has a positive and significant effect on buying interest with a path coefficient of 0.249, (2) The price of a positive and significant influence on buying interest with a path coefficient of 0.812, (3) brand image has no negative and no significant effect on buying interest with a path coefficient of -0.102. And has an R-Square value of 0.852.*

***Keywords: Product Quality, Price, Brand Image and Purchase Interest***

# **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli *Smartphone* Oppo (Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Selatan)**

**Oleh**

**Muhamad Idris**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* yang belum memiliki oppo serta tinggal atau beraktifitas di wilayah Jakarta Selatan. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 responden, dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner online berbentuk *google form*. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis inferensial melalui PLS (*Partial Least Square*) dengan software SmartPLS 3.2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien jalur sebesar 0,249, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien jalur sebesar 0,812, (3) citra merek tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli dengan koefisien jalur sebesar -0,102. Serta memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,852.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Minat beli