

**PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE MEREK OPPO (STUDI KASUS
MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS
SARI MUTIARA INDONESIA)**

Oleh :

**Yosi Pratama Sari
190311037**

ABSTRAK

Handphone merek Oppo saat ini banyak digunakan untuk kebutuhan masyarakat. Citra merek oppo sendiri juga sudah cukup dikenal oleh kalangan masyarakat. Pengguna handphone Oppo meningkat dikarenakan perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini. Begitu pula dengan strategi penetapan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian handphone merek oppo pada mahasiswa prodi manajemen di Universitas Sari Mutiara Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey karena mengambil sampel dari satu populasi dan mengambil ukuran sampelnya sebanyak 73 responden yang merupakan mahasiswa prodi manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia dengan menggunakan rumus slovin. Data yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sedangkan variabel citra merek (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari setiap variabel secara simultan dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} (50,995) > F_{tabel} (2,73)$ atau sig. sebesar $0,003 < 0,01$. Data diolah secara statistic dengan menggunakan alat bantu program SPSS 26.

Kata kunci : Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF PRICE AND BRAND IMAGE ON THE PURCHASE
DECISION OF OPPO BRAND HANDPHONE (CASE STUDY OF
MANAGEMENT PROGRAM STUDENTS SARI
MUTIARA INDONESIA UNIVERSITY)**

By:

Yosi Pratama Sari

190311037

ABSTRACT

Oppo brands are currently being used for society's needs. The image of the oppo brand itself is well known to the masyarakat community. Oppo mobile phone users are increasing because of today's rapid technological developments. It is similar with pricing strategies that influence the decision of purchases. The purpose of this study is to know and analyze the impact price and brand image have on the decision to buy oppo's mobile phone in the management of the Indonesian pearl sari university. The approach used in this study is a survey study because of taking samples from one population and taking samples of 73 respondents who were proles at the management of the Indonesian pearl sari university using the slovin formula. Data obtained using a questionnaire. The results of this study suggest that price variables (x_1) have positive effects on the purchase decision variables (y) while mark variables (x_2) have significant positive effects on the purchasing decision variables (y). It can be concluded that the impact of each variable can be seen in the same time that the value of f_{tals} (50.995) > f_{table} (2.73) or sig. of 0.003 0.01. Data treated sethe. Data is treated statistic with a SPSS 26 program aid.

Keywords: price, brand image, decision of purchase