

PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan)

Oleh :
Fajar¹
Nawari²
Rifky Ardhana K. Saputra³

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan
²Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Promosi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone”. Jenis penelitian kali ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa semester 6 dan 8 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan yang berjumlah 316. Dan dengan menggunakan rumus slovin, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden diambil dari sebagian populasi. Hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan tiga variabel lainnya, yaitu promosi, citra merek dan kualitas produk tidak berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan keempat variabel tersebut berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian

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