

# THE EFFECT BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE PURCHASING DECISION SMARTPHONE OPPO

## *ABSTRACT*

*Smartphones* are one of the technologies that are growing rapidly from year to year. Of the several smartphone brands, one of the well-known products in Indonesia is the OPPO smartphone. Today smartphones are no longer considered luxury goods, but have become a basic need for almost all people, especially students of the Faculty of Economics, Darul Ulum Islamic University Lamongan. The purpose of this research is to find out the brand image, product quality, and price partially or simultaneously to the purchasing decision. The location in this study was in the Faculty of Economics, Darul Ulum Islamic University Lamongan with the number of respondents 94 students using the Oppo Smartphone. Data collection in this study uses a questionnaire. Data was analyzed using the SPSS program, Brand Image Variable (X1) = 0.836 > 0.05, Product quality variable (X2) = 0,000 < 0.05, Price variable (X3) = 0.14 > 0.05. From the equation above the significance of the price variable is less than 0.05, the significance of the product quality variable is greater than 0.005 and the significance of the consumer behavior variable is greater than 0.05, then the X1 variable does not have a positive effect on Y, the X2 variable has a positive effect on variable Y and X3 variable does not have a positive effect on variable Y.

**Keywords :** *Brand Image, Product Quality, Price, Purchasing Decision.*

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

## ***ABSTRAK***

*Smartphone* merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Dari beberapa merek *smartphone*, salah satu produk yang terkenal di Indonesia yaitu *smartphone* OPPO. Saat ini *smartphone* tidak lagi dianggap sebagai barang mewah, tetapi sudah menjadi kebutuhan dasar hampir semua kalangan masyarakat terutama Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Citra merek, Kualitas Produk, dan Harga secara parsial maupun secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Lokasi dalam penelitian ini berada di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan dengan jumlah responden 94 mahasiswa yang menggunakan *Smartphone* Oppo. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Data di analisis dengan menggunakan program SPSS, Variabel Citra Merek (X1) = 0,836 > 0,05, Variabel Kualitas produk (X2) = 0,000 < 0,05, Variabel Harga (X3) = 0,14 > 0,05. Dari persamaan diatas signifikansi variabel harga lebih kecil dari 0,05, signifikansi variabel kualitas produk lebih besar dari 0,005 dan signifikansi variabel perilaku konsumen lebih besar dari 0,05, maka variabel X1 tidak berpengaruh positif terhadap variabel Y, variabel X2 berpengaruh positif terhadap variabel Y dan variabel X3 tidak berpengaruh positif terhadap variabel Y.

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