

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE MEREK OPPO PADA TOKO PELANGI
PONSEL DI TABANAN**

Oleh

Ni Desak Made Putri Rahayu, NIM 2017011034

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga secara parsial dan juga simultan terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada Toko Pelangi Ponsel di Tabanan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang sudah pernah membeli dan menggunakan handphone Oppo di kota Tabanan. Penarikan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling, maka sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner, dokumentasi dan observasi. Pengolahan data menggunakan bantuan *program Statisticial Package for The Sosial Science (SPSS)* versi 25. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis secara parsial (uji t) dan simultan (uji F). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada Toko Pelangi Ponsel di Tabanan, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada Toko Pelangi Ponsel di Tabanan dan (3) citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan, terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada Toko Pelangi Ponsel di Tabanan.

Kata kunci: citra merek, harga, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image and price partially and simultaneously on purchasing decisions for Oppo cellphones at the Pelangi Ponsel Store in Tabanan. This type of research is causal research with a quantitative approach. The population used is consumers who have purchased and used Oppo cellphones in the city of Tabanan. The sampling used was a purposive sampling technique, so the sample used was 100 respondents. Data collection methods use questionnaires, documentation and observation. Data processing uses the help of the Statistical Package for The Social Science (SPSS) version 25 program. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with partial (t test) and simultaneous (F test) hypothesis testing. The results of this research show that (1) brand image has a positive and significant influence on the decision to purchase Oppo cellphones at the Pelangi Ponsel Store in Tabanan, (2) price has a positive and significant influence on the decision to purchase Oppo cellphones at the Pelangi Ponsel Store in Tabanan and (3) image brand and price have a positive and significant effect simultaneously on the decision to purchase an Oppo cellphone at the Pelangi Ponsel Store in Tabanan.

Keywords: brand image, price, purchasing decision