

Judul Penelitian: **PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK OPPO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNISKA**

Dosen Pembimbing : Mawar Ratih K.,SE.,M
: Trisnia Widuri.,SE.,MM
Nama Mahasiswa : Alan Nur Ubaidillah
NPM : 21130210334

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISKA. Metode kuantitatif digunakan dengan sampel 91 mahasiswa yang diambil secara Purposive Sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, R^2 , uji t, dan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi sebesar $0,449 > 0,05$. Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi sebesar $0,032 < 0,05$. Citra Merek (*Brand Image*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan Harga, Promosi, dan Citra Merek (*Brand Image*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.