

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE OPPO DI OPPO STORE ITC FATMAWATI”**

**SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE OPPO DI OPPO STORE ITC FATMAWATI”**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA MANAJEMEN**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**



**Disusun Oleh :**

Nama : Ferdian Saputra

Nim : 041601503125109

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA**

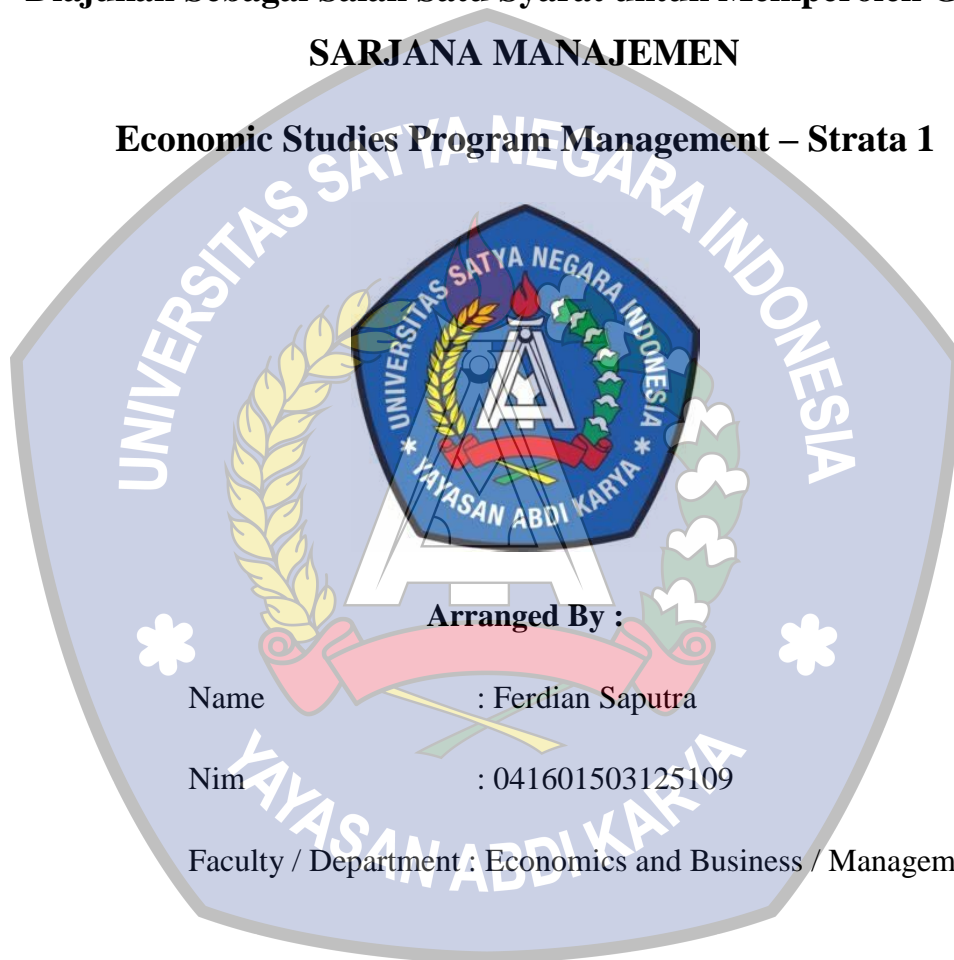
**2021**

**“THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND  
BRAND IMAGE ON THE PURCHASE DECISION OF OPPO  
SMARTPHONE AT OPPO STORE ITC FATMAWATI”**

**THESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA MANAJEMEN**

**Economic Studies Program Management – Strata 1**



**Arranged By :**

Name : Ferdian Saputra

Nim : 041601503125109

Faculty / Department : Economics and Business / Management

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

**“THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND  
BRAND IMAGE ON THE PURCHASE DECISION OF OPPO  
SMARTPHONE AT OPPO STORE ITC FATMAWATI”**

**THESIS**

**Submitted as One of the Requirements for Obtaining a Bachelor  
of Management Degree**

**Economic Studies Program Management – Strata 1**



**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA**

**2021**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO di OPPO Store ITC Fatmawati secara parsial maupun simultan. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 105 orang responden yang pernah berkunjung dan membeli smartphone oppo di oppo store ITC Fatmawati. Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif dan hasil penelitian berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Metode Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Citra Merek (X3), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Secara parsial (Uji t) Kualitas Produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Harga terdapat pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Citra Merek terdapat pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, price and brand image on the flexibility of OPPO smartphone purchases at the OPPO Store ITC Fatmawati partially or simultaneously. The data used is primary data collected through distributing questionnaires to 105 respondents who have visited and bought an Oppo smartphone at the ITC Fatmawati oppo store. The method used in this study is a quantitative method and the research results are based on respondents' answers using a Likert scale. The data analysis method used in this research is Multiple Linear Regression Test, F Test, t Test, and Coefficient of Determination.*

*The results showed that simultaneously (Test F) there was a significant effect between the variables of Product Quality (X1), Price (X2), and Brand Image (X3), on Purchase Decisions (Y). Partially (t-test) Product Quality has a significant effect on Purchase Decisions, and Price has a significant influence on Purchase Decisions, while Brand Image has a significant influence on Purchase Decisions.*

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

