

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Persepsian, Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk smartphone OPPO. Objek dalam penelitian ini adalah smartphone OPPO sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk smartphone OPPO.

Penelitian ini menggunakan 105 sampel yang dipilih menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* melalui metode *Purposive Sampling* dengan kriteria masyarakat Yogyakarta yang pernah membeli dan menggunakan produk smartphone OPPO. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda (*multiple regression test*) yang dioperasikan menggunakan program SPSS 22.0

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa kualitas persepsian, citra merek, persepsi harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci** : Kualitas Persepsian, Citra Merek, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, OPPO Smartphone

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the Influence of the Quality of Perceptions, Brand Image, Price Perception and Promotion on Purchasing Decision of OPPO smartphone products. The object of this research is the OPPO smartphone while the subject in this research is the consumers who have ever bought and used the OPPO smartphone product.*

*This study used 105 selected samples using Non Probability Sampling Technique through Purposive Sampling method with criterion of Yogyakarta society who had bought and used OPPO smartphone product. Analyzer used is Multiple Regression Test which operated using SPSS 22.0 program.*

*Based on the analysis that has been done, the results obtained that the quality of perceptions, brand image, price perceptions and promotions together have a positive and significant impact on purchasing decisions, product quality has a positive and significant impact on purchasing decisions, brand image has a positive and significant impact on purchasing decisions , price perceptions have a positive and significant impact on purchasing decisions, and promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Quality of Perceptions, Brand Image, Price Perception, Promotion, Purchase Decision, OPPO Smartphone*