

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, persepsi kualitas, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Oppo (studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah beli handphone merek Oppo dalam 1 tahun terakhir dan mahasiswa UMY yang masih aktif.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dalam hal ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan atau sesuai dengan kriteria yang sudah di tentukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi liner berganda dengan software IBM SPSS statistic 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of brand image, quality perception, price persepsi and promotion of mobile phone purchasing decisions Oppo (study on students of Muhammadiyah University of Yogyakarta). Subjects in this study were students who had bought brand Oppo brand in the last 1 year and UMY students are still active.*

*Sampling technique in this research use purposive sampling that is sampling in this case limited to certain type of person who can give desired information or in accordance with criterion which have been specified by researcher. The collecting technique in this study used questionnaires with a sample size of 100 respondents. This study uses multiple linear regression analysis with IBM SPSS statistic software 25.*

*The results of this study indicate that brand image has a positive and significant impact on purchasing decisions. Perceptions of quality have a positive and significant impact on purchasing decisions. Price perceptions have a positive and significant impact on purchasing decisions. Promotion has a positive and significant impact on purchasing decisions.*

*Keywords: Brand Image, Quality Perception, Price Perception, Promotion and Purchase Decision.*