

## ABSTRAK

Wardati. 2021. Pengaruh Harga, Iklan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Pintar Oppo Di Kota Banjarmasin. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Erissa Nilasari, S.P., M.P.

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

Di era globalisasi teknologi informasi dan komunikasi meningkat secara pesat, telepon pintar merupakan produk teknologi informasi yang sangat digemari masyarakat saat ini. Banyak sekali perusahaan yang bersaing menawarkan berbagai merek telepon pintar dengan berbagai fitur dan fasilitas yang canggih. Berbagai macam pilihan produk telepon pintar membuat masyarakat dihadapkan pada keputusan pembelian produk tersebut. Salah satu merek telepon pintar yang berasal dari China adalah Oppo. Oppo berhasil memuncaki lima besar pangsa pasar pada tahun 2019 kuartal III, Oppo berupaya membagikan pengalaman memakai telepon pintar terbaik dengan bentuk yang cermat serta berteknologi yang cerdas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, iklan, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian telepon pintar Oppo di Kota Banjarmasin.

Jenis penelitian ini penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna telepon pintar Oppo di Kota Banjarmasin. Sampel yang diambil berjumlah 96 responden melalui penyebaran kuesioner. Alat analisis dengan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga dan iklan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian telepon pintar Oppo di Banjarmasin, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi harga sebesar  $0,071 > 0,05$ , dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,825 < 1,986$  dan iklan sebesar  $0,201 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-1,289 < 1,986$ . Sedangkan variabel kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian telepon pintar Oppo di Banjarmasin, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi kualitas produk sebesar  $0,007 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,783 > 1,986$ , dan citra merek sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,219 > 1,986$ . Secara simultan variabel harga, iklan, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian telepon pintar Oppo di Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $25,455 > 2,47$ .