

ABSTRACT

Laras Kinanti (2025). The Influence of Price and Brand Image on Purchase Decisions of Oppo Smartphones among Students of the Faculty of Economics and Business, University of Baturaja, Class of 2023. This thesis is supervised by Dahlia, S.E., M.Si. as the first advisor and Dyah Ayu Putriani, S.Pd., M.Si. as the second advisor.

This study aims to examine the influence of price and brand image on the purchase decisions of Oppo smartphones among students of the Faculty of Economics and Business, University of Baturaja, class of 2023. The research uses a quantitative approach. The population comprises all students from the 2023 cohort, with 54 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through direct interviews and an online questionnaire distributed via Google Forms. The data analysis technique employed is multiple linear regression. Partial test results show that the price variable (X_1) has a t-value of 5.279, which is greater than the t-table value of 2.007, indicating a significant and positive influence on purchase decisions. The brand image variable (X_2) has a t-value of 3.105, also greater than the t-table value, indicating a significant and positive influence as well. Simultaneously, the F-test results show an F-value of 93.231 > F-table of 3.18, confirming that both price and brand image significantly influence purchase decisions. The coefficient of determination (R Square) is 0.785, meaning that 78.5% of the variation in purchase decisions is explained by price and brand image, while the remaining 21.5% is influenced by other factors not examined in this study, such as store location, service, product value, and quality (Tjiptono in Gogi, 2020:11).

Keywords: Price, Brand Image, Purchase Decision

ABSTRAK

Laras Kinanti, 2025. Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Oppo Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baturaja Angkatan 2023. Skripsi Dibimbing Oleh Dahlia, S.E., M.Si. selaku pembimbing I dan Dyah Ayu Putriani, S.Pd., M.Si. selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Oppo Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja Angkatan 2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja Angkatan 2023. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Dan jumlah sampel sebanyak 54 Mahasiswa/I. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan wawancara langsung dan kuisioner yang dibagikan secara *online* dalam bentuk google formulir. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linier berganda, Berdasarkan hasil pengolahan data secara parsial, diperoleh t-hitung Harga (X_1) sebesar 5,279 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,007 yang artinya Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan untuk t-hitung Citra Merek (X_2) sebesar 3,105 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,007 yang artinya Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. sedangkan pengujian secara simultan (Uji-F) Harga dan Citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dilihat dari nilai F hitung sebesar 93.231 lebih besar dari pada nilai F tabel sebesar 3,18. Hasil nilai koefisien determinasi R Square dalam penelitian ini sebesar 0,785. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian sebesar 78,5% sedangkan sisanya 21,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti lokasi toko, layanan, nilai dan kualitas produk. Menurut Tjiptono (dikutip di Gogi, 2020:11)

Kata Kunci : Harga dan Citra Merek, Keputusan Pembelian