

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen

Ditya Putri Sakinah

120.2018.362

Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Smartphone* Oppo Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Pengguna *Smartphone* Oppo di Jakarta Pusat)

123 halaman + xiv halaman + 24 tabel + 4 gambar dan 3 lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *brand image*, kualitas produk, harga produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* Oppo baik secara parsial maupun simultan dan tinjauannya dalam sudut pandang islam. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Oppo di Jakarta Pusat dengan berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data dilakukan dengan pengujian metode deskriptif statistik, uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan uji statistik (uji t dan uji f).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Brand image* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (2) Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (3) Harga produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (4) Gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (5) *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga Produk, dan Gaya Hidup secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (6) *Smartphone* Oppo terkait dengan *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian telah menerapkan prinsip-prinsip Islam.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga Produk, Gaya Hidup