

ABSTRAK

Nama : Fina Wahyuni
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo Oleh Masyarakat di Kabupaten Bireuen

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian smartphone merek Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengguna smartphone merek Oppo oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen. Pengumpulan sampel yang digunakan menggunakan teknik non probability sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek OPPO oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen, Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek OPPO oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen, Asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek OPPO oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen, dan Loyalitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek OPPO oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen. Secara simultan, kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek OPPO oleh masyarakat di Kabupaten Bireuen. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain yang terindikasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone dengan merek lainnya seperti Xiaomi, Realme, Infinix, dan sebagainya.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Name : Fina Wahyuni

Study Program : Management

Title : The Influence of Brand Equity on the Purchase Decision of Oppo Brand Smartphones by the Community in Bireuen Regency

This study examines the effect of brand awareness, perceived quality, brand association, and brand loyalty on the decision of the community in Bireuen Regency to purchase Oppo brand smartphones. This study uses primary data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents who are Oppo brand smartphone users in the community of Bireuen Regency. The sample collection used is non-probability sampling techniques. The data analysis method used is the multiple linear regression method with the help of SPSS. The results partially show that brand awareness has a positive and significant effect on purchase decision of OPPO brand smartphones by the community in Bireuen Regency, Perception of quality has a positive and significant impact on purchase decisions of OPPO brand smartphones by the community in Bireuen Regency, Brand association has a positive and significant effect purchase decisions of OPPO brand smartphones by the community in Bireuen Regency, and Brand loyalty has a positive and significant impact on purchase decisions of OPPO brand smartphones by the community in Bireuen Regency. Simultaneously, brand awareness, perceived quality, brand association, and brand loyalty significantly affect the purchase decision of the community in Bireuen Regency to purchase OPPO brand smartphones. It is recommended for further researchers to conduct research using other variables that are indicated to influence the purchase decisions of smartphones with other brands such as Xiaomi, Realme, Infinix, and so on.

Keywords: *Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, Brand Loyalty, Purchase Decision.*