

## ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian telepon seluler Oppo pada Wong 9 cell di kecamatan Balongpanggang. Data diambil dengan menggunakan kuesioner kemudian dilakukan dengan uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda, jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan *accidental sampling* dengan pendekatan kuantitatif. Melalui uji t dapat diketahui nilai variabel citra merek sebesar -3,789 dengan nilai signifikan 0,000 harga sebesar 2,067 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 promosi sebesar 2,274 dengan nilai signifikan sebesar 0,025. Melalui uji f nilai f-hitung sebesar 12,444 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek, harga, dan promosi, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel citra merek, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** citra merek, harga, promosi, keputusan pembelian.

## ABSTRACT

The research aims to analyze the brand image, price and promotion of the Oppo cellular phone purchase decision on Wong 9 cell in Balongpanggang sub-district. Data was taken using a questionnaire and then performed with the classic assumption test and multiple regression analysis, the number of samples of 100 respondents using accidental sampling with a quantitative approach. Through the t test, it can be seen that the value of the brand image variable is -3,789 with a significant value of 0,000 price of 2,067 with a significant value of 0,000 promotion of 2,274 with a significant value of 0.025. Through the f test the f-calculated value of 12.444 with a significant value of 0.000. So it can be concluded that the variable brand image, price, and promotion, partially significant influence on purchasing decisions and variable brand image, price and promotion simultaneously influence the purchase decision.

**Keywords:** brand image, price, promotion, purchase decision