

## ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan manajemen proses penyelenggaraan Pelaksanaan berbagai dalam rangka penerapan kegiatan menduduki jabatan manajer untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh atribut produk, harga dan citra merk terhadap keputusan pembelian *handphone* Oppo di Desa Sumberjati Kecamatan Tempeh. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja di Desa Sumberjati yang menggunakan *handphone* Oppo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan sejumlah 45 orang remaja di Desa Sumberjati. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebar kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel secara parsial dari tiga variabel yaitu atribut produk, harga dan citra merk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* Oppo di Desa Sumberjati Kecamatan Tempeh. Namun, secara simultan menghasilkan bahwa ketiga variabel berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *handphone* Oppo di Desa Sumberjati Kecamatan Tempeh

**Kata Kunci : Atribut Produk, Harga, Citra Merk dan Keputusan Pembelian**



## **ABSTRACT**

*Marketing management is management implementation process. Implementation of various activities in the context of implementing the activities of holding the position of manager to obtain a result in the context of achieving goals through the activities of other people. The purpose of this study was to determine the effect of product attributes, prices and brand image on purchasing decisions for Oppo mobile phones in Sumberjati Village, Tempeh District. The population in this study were teenagers in Sumberjati Village who used Oppo cellphones. The sampling technique in this study was purposive sampling with a total of 45 teenagers in Sumberjati Village. The data collection method used in this research is by distributing questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results show that partially from three variables, namely product attributes, price and brand image do not have a significant influence on purchasing decisions for Oppo mobile phones in Sumberjati Village, Tempeh District. However, it simultaneously results that the three variables have a joint effect on the decision to purchase Oppo mobile phones in Sumberjati Village, Tempeh District*

**Keywords: Product Attributes, price, Brand Image and Purchasing Decisions**

