

PENGARUH *BRAND IMAGE*, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO (STUDY PADA LOKASI DI KABUPATEN BADUNG)

ABSTRAK

Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Brand Image*, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk Smartphone Oppo di Kabupaten Badung. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berdomisili di Kabupaten Badung.

Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*, sehingga dalam penelitian ini terdapat 12 indikator, maka jumlah sampel yang digunakan adalah, Sampel = 5 x 12 jumlah indikator = 5 x 12 = 60 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian Produk Smartphone Oppo Di Kabupaten Badung. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian Produk Smartphone Oppo (Study Pada Lokasi Di Kabupaten Badung). Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian Produk Smartphone Oppo Di Kabupaten Badung.

Kata Kunci: *brand image*, persepsi harga, kualitas produk, minat pembelian.



UNMAS DENPASAR