

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *brand image* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *handphone* OPPO. Jenis penelitian yaitu kausal komparatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Jenis data menggunakan data kuantitatif serta sumber data primer. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 orang yang berstatus sebagai mahasiswa STIESIA Surabaya. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan dengan menggunakan program SPSS 23.

Hasil penelitian disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh OPPO yaitu kamera yang cerah, baterai yang tahan lama atau desain *handphone* yang baik maka konsumen akan membuat keputusan pembelian akan produk tersebut. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik *brand image* yang dibangun oleh OPPO akan membuat calon konsumen atau konsumen tidak ragu dalam memilih OPPO sebagai alat bantu untuk komunikasi dan sarana hiburan maka konsumen akan membuat keputusan pembelian dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik *word of mouth* yang diberikan oleh konsumen lama ke calon konsumen maka calon konsumen tidak akan ragu dalam membuat keputusan pembelian *handphone* OPPO.

Kata kunci: kualitas produk, *brand image*, *word of mouth*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of product quality, brand image, and word of mouth on the purchase decision on OPPO hand phones. This research used comparative causal with sample collection technique used purposive sampling. The research data used quantitative data and primary data sources. Furthermore, the number of respondents used 97 people of students STIESIA Surabaya. Moreover, the data analysis method used multiple linear regressions analysis.

The research result concluded that product quality had positive and significant on the purchasing decision, it meant that the better of the product quality which offered by OPPO i.e., bright camera, long battery life or a good hand phone design, therefore, the customers would make a purchase decision for the product. The brand image had a positive and significant effect on the purchasing decision it meant the better the brand image built by OPPO would make potential consumers or consumers not hesitated in choosing OPPO as a tool for communication and entertainment so that consumers would make purchasing decisions. Meanwhile, word of mouth had a positive and significant effect on the purchasing decision, it meant that better word of mouth was given to both old and new consumers, so then potential consumers would not hesitate to make an OPPO smartphone purchasing decision. Consumers would not hesitate to make an OPPO smartphone purchasing decision.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Word of Mouth, Purchasing Decision