



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK OPPO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU

**Sofi Mayu Desti
11471202111**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan kesadaran merek, persepsi kualitas, dan promosi periklanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa fakultas uin suska riau yang menggunakan handphone merek Oppo. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan menggunakan metode purposive sampling. Dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda dengan hasil $Y = 1,714 + 0,403X_1 + 0,197X_2 + 0,339X_3 + e$. Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan bahwa kesadaran merek, persepsi kualitas dan periklanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian handphone merek Oppo. Kesadaran merek, persepsi kualitas, dan periklanan memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian handphone merek Oppo sebesar 68,5% sementara sisanya 31,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Periklanan Dan Keputusan Pembelian.