

## ABSTRAK

**Angga Wahyu Ade Praditya 1620210137, Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone Oleh Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Kudus Angkatan 2018.**

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis, bidang ilmu pengetahuan dan teknologi juga mengalami perkembangan yang begitu pesat. Salah satu contoh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yaitu perkembangan alat komunikasi. Sejak peluncurannya di Indonesia Oppo Smartphone terus memperoleh respon yang baik dari pasar. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Oppo smartphone diantaranya adalah citra merek, fitur dan harga. Berdasarkan data [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) tahun 2018 Oppo berhasil menduduki urutan kedua Top Brand Index sebesar 11,2% namun jika dibandingkan dengan TBI Samsung sebesar 48,6% kalah jauh.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research*, yaitu penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan di lapangan. Peneliti mengukur keputusan pembelian Oppo Smartphone dengan berlandaskan faktor citra merek, fitur dan harga sebagai suatu variabel independen. Serta akan dilihat variabel mana yang berpengaruh paling besar terhadap proses pengambilan keputusan pembelian Oppo Smartphone oleh mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kudus. Terkait pemilihan lokasi penelitian ini karena sebagian besar dari mahasiswa ekonomi syariah merupakan pengguna Oppo Smartphone sehingga IAIN Kudus dianggap sebagai lokasi yang tepat untuk merepresentasikan keputusan pembelian Oppo Smartphone. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek, fitur dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Oppo *smartphone* oleh mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus angkatan 2018.

**Kata Kunci: Citra Merek, Fitur, Harga, dan Keputusan Pembelian**