

ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian smartphone oppo

Authors: Meilya Mustika Dewi, Tulus Rohana

Journal: Insight Management Journal - Vol. 3 No. 2 (2023)

Publisher: Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi

Persistent DOI: <https://doi.org/10.47065/imj.v3i2.231>

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 20 October 2026, 20:54 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Meilya Mustika Dewi, Tulus Rohana. "Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian smartphone oppo". Insight Management Journal, Vol. 3 No. 2 (2023).

DOI: 10.47065/imj.v3i2.231

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: <https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals>

Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian smartphone oppo

Meilya Mustika Dewi, Tulus Rohana

DOI: <https://doi.org/10.47065/imj.v3i2.231>

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa kampus x di Kota Batam yang dilakukan pada tahun 2022. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kepada 30 orang mahasiswa pengguna smartphone Oppo, serta data sekunder berupa referensi yang berasal dari artikel yang publish di jurnal atau prosiding serta buku. Variabel yang diamati dalam penelitian ini terdiri dari brand image dan keputusan pembelian. Data penelitian dianalisis dengan deskriptif kuantitatif menggunakan regresi linear sederhana dengan pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi dan uji parsial, sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo.

Keywords: brand image, keputusan pembelian, smartphone, oppo