

ABSTRAK

Penelitian berjudul Analisis Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Oppo. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai iklan dan atribut produk *smartphone* OPPO, mengetahui seberapa besar pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian, mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk keputusan pembelian dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan dan atribut produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini adalah pengguna OPPO di Kota Bandung sebanyak 8987 sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 400 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan produk *smartphone* OPPO secara keseluruhan dinilai baik walaupun masih ada pernyataan yang mempunyai nilai kurang sehingga perlu diperbaiki lagi. Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* OPPO, atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO. Iklan dan atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO.

Kata kunci: Iklan, atribut produk, keputusan pembelian