

## ABSTRAK

Pada era global saat ini, teknologi komunikasi semakin meningkat pemanfaatannya pada segala aspek kehidupan manusia. Alat komunikasi yang menjadi pilihan utama masyarakat dan memiliki perkembangan yang sangat pesat, yakni *smartphone* karena memiliki karakteristik mobilitas yang tinggi dan fitur yang lengkap, sehingga menciptakan industri *smartphone* yang semakin kompetitif, termasuk di Indonesia. Salah satu merek yang berada pada industri *smartphone* di Indonesia adalah Realme.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh yang dimiliki citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme di Indonesia, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian, yakni *smartphone* Realme di Indonesia dengan menggunakan citra merek dan harga sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden dan teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan harga, baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme di Indonesia. Hasil uji koefisien determinasi didapatkan sebesar 53.1%, sedangkan sisanya 46.9% merupakan variabel lain yang tidak diteliti di penelitian ini.

Saran yang dapat diberikan kepada perusahaan, yakni untuk meningkatkan citra merek yang dimilikinya untuk menjadi merek yang terbaik di industrinya dan lebih memperhatikan harga yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain seperti kualitas produk.

**Kata Kunci:** citra merek, harga, keputusan pembelian