

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *PRICE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE REALME***

**(Survey Pada Konsumen Generasi Z Di Kota Padang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1  
Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

**RIF'AT AL KHAIR**

**1810522052**

**Dosen Pembimbing :**

**Yanti, SE. MM**

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**2025**

	No. Alumni Universitas	<b>RIF'AT AL KHAIR</b>	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Bukittinggi / 02 September 1999 b) Nama Orang Tua : Almuhammad dan Desmawati c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) No Bp : 1810522052 f) Tanggal Lulus : 29 Juli 2025 g) Prediket Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK : 3,28 i) Lama Studi : 7 Tahun j) Alamat Orang Tua : Jorong Mata Air, Koto Tengah, Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat		

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE REALME* (Survey Pada Konsumen Generasi Z Di Kota Padang)**

*Skripsi oleh Rif'at Al Khair*  
*Pembimbing : Yanti, SE, MM*

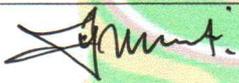
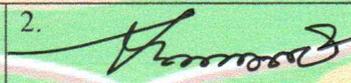
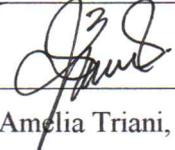
**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Price* terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme (Survey Pada Konsumen Generasi Z Di Kota Padang). Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner kepada sampel penelitian yaitu Generasi Z di Kota Padang sebanyak 130 responden dengan menggunakan metode *non-probability sampling* terutama *purposive sampling*. Data pada penelitian ini merupakan data kuantitatif yang diolah dengan metode analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* dan *price* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Realme pada generasi Z di Kota Padang, sedangkan *brand trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image, Brand Trust, Price, Keputusan Pembelian*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang pengujian dan dinyatakan lulus pada tanggal : 29 Juli 2025

Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Yanti, SE, MM	Syafrizal, SE, ME, Ph.D	Laura Amelia Triani, SE, MM

Mengetahui,  
Ketua Departemen Manajemen

Prof. Dr. Donard Games, SE, M.Bus (Adv)  
NIP.198011122005011003



  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: