

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMERA ACTION XIAOMI YI PADA KOMUNITAS FOTOGRAFI FKJM DI KOTA YOGYAKARTA

TRI EKO SEPTIAN SYAHPUTRA

NPM: 141110214

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

(Ekoputra708@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kamera action Xiaomi Yi pada komunitas FKJM di Kota Yogyakarta. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas FKJM yang aktif maupun yang pasif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 68 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis Regresi Linear berganda. Setelah dianalisis hasilnya 68 responden yang masuk ke dalam kriteria. Hasil dari uji analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa Pada Koefisien Regresi Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 0,357. Artinya, jika Citra Merek naik maka Keputusan Pembelian naik. Pada koefisien regresi Harga dan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 0,475. Artinya, jika Harga naik maka Keputusan Pembelian akan naik. Pada koefisien regresi Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 0,516. Artinya, jika Kualitas Produk naik maka Keputusan Pembelian akan naik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antar citra merek, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dan kualitas produk adalah variabel dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, harga, kualitas produk, keputusan pembelian.