

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI**

(SURVEI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPN “VETERAN”
YOGYAKARTA)

DWI CHANDRA WIGUNA

NIM: 141120062

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi. Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 110 responden. Teknik pengambilan sampel berdasarkan *Non Probability Sampling* dengan menggunakan *Proposive Sampling* melalui mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta yang menggunakan *smartphone* Xiaomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek dan harga signifikan baik secara bersama-sama maupun parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian