

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

**AHMAD DALDIRI  
NIM. 141140146**

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

daldiria18@gmail.com

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh citra merek kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk Xiaomi Smartphone. Survei dilakukan pada pembeli dan pengguna produk Xiaomi Smartphone, di kota Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 80 responden. Pengambilan data dilakukan mulai bulan Maret 2019. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Alat analisis dalam penelitian ini adalah Uji F dan Uji t dengan menggunakan program SPSS. Hasil Uji F menunjukkan hasil Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk Xiaomi Smartphone di Kota Yogyakarta. Hasil uji t menunjukkan hasil 1). Variabel Citra Merek secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian 2). Variabel Kualitas Produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian 3). Variabel Harga secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

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