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

(Survey pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)

Totila Sudarminto

NIM: 141150470

Sudarmintoti@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

ABSTRAKSI

Peneltian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi. Survey dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta pengguna *smartphone* Xiaomi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) citra merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi, 2) citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) kualias produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 4) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada pengguna smartphone Xiaomi pada kalangan mahasiswa FEB UPN "Veteran" Yogyakarta.

Kata Kunci: citra merek, kualitas produk, harga, keputusan pembelian, Xiaomi.