

ABSTRAK

HENI TRI ASTUTI, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek pada *Smartphone* Xiaomi Di Lingkungan Universitas Esa Unggul Jakarta Barat (dibimbing oleh Eka Bertuah)

Tujuan penelitian ini untuk melihat bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Xiaomi, bagaimana Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Xiaomi, dan bagaimana Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Xiaomi melalui Citra Merek.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*). Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan 185 responden yang merupakan pembeli dan pengguna dari *smartphone* Xiaomi yang ditemui di Lingkungan Universitas Esa Unggul Jakarta Barat, dengan Menggunakan Metode *Hair Sampling* metode pengambilan sampel yang digunakan teknik *purposive sampling*, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Keputusan pembelian dalam membeli *smartphone* Xiaomi, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Keputusan Pembelian dalam membeli *smartphone* Xiaomi, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dalam membeli *smartphone* Xiaomi. Harga berpengaruh negatif dan signifikan secara langsung melalui Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dalam membeli *smartphone* Xiaomi. Kualitas Produk berpengaruh secara langsung melalui Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dalam membeli *smartphone* Xiaomi.

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



ABSTRACT

HENI TRI ASTUTI, *Effect of Price and Quality of Products on Purchasing Decisions through Brand Image on Xiaomi Smartphones in Esa Unggul University, West Jakarta (guided by Eka Bertuah)*

The purpose of this study is to see how the price influences the purchasing decisions of Xiaomi smartphones, how to influence the quality of products on the purchasing decisions of Xiaomi smartphones, and how the effects of product prices and quality on leasing purchasing Xiaomi smartphones through brand image.

Data analysis method in this study uses Path Analysis. This research was carried out by spreading 185 respondents who were buyers and users of Xiaomi smartphones who were met in the Esa Unggul University Environment in West Jakarta, Using the Hair Sampling Method sampling method used purposive sampling technique, the data analysis method used in this study was Analysis Lane.

The results of this study indicate that Price has a direct positive and significant effect on purchasing decisions in buying Xiaomi smartphones, Product Quality has a direct positive and significant effect on Purchase Decisions in buying Xiaomi smartphones, and Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions in buying Xiaomi smartphones. . The price has a direct negative and significant effect through Brand Image on Purchase Decisions in buying Xiaomi smartphones. Product Quality directly influences through Brand Image on Purchasing Decisions in buying Xiaomi smartphones.

Keywords: Price, Product Quality, Brand Image and Purchase Decision

