

ABSTRAK

Melfy Hidayah Buya, Pengaruh Citra Merek Terhadap Intensitas Pembelian Smartphone Xiaomi di Wilayah Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat. (dibimbing oleh Muhammad Fariz)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Merek Terhadap Intensitas Pembelian *smartphone* Xiaomi dengan variabel harga sebagai moderasi di wilayah universitas esa unggul, Jakarta Barat. Teknik analisis data menggunakan Metode Regresi Analisis. Sampel yang diambil sebanyak 70 Responden yakni konsumen yang membeli dan menggunakan *smartphone* xiaomi. Penentuan sampel dengan teknik *Purposive Sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Citra Merek tidak berpengaruh positif terhadap Intensitas Pembelian Smartphone xiaomi di wilayah Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.

Saran penelitian ini adalah bahwa dalam indikator citra merek, kinerja, kebutuhan sosial, modern, inovatif, familiar, kesadaran, pengetahuan, keterjangkauan harga kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, daya saing harga yang digambarkan perusahaan sebagai gambaran yang diinginkan konsumen dalam menumbuhkan niat melakukan intensitas pembelian *smartphone* Xiaomi.

Kata Kunci : Citra Merek, Intensitas Pembelian, Harga.