

## ABSTRAKSI

**BAMBANG INDRA W. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Intensitas Pembelian *smartphone* xiaomi (dibimbing oleh Tantri Yanuar R Syah).**

Perkembangan bisnis teknologi modern yang semakin berkembang dengan banyaknya persaingan pada *smartphone* yang bermunculan. Adanya peluang besar bagi pertumbuhan bisnis yang semakin ketat. Menuntut perusahaan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan dan menetapkan strategi dengan memperhatikan Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Intensitas Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap intensitas pembelian di Puri Agung Cengkareng, Jakarta Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang menggunakan dan yang ingin membeli, yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini 150 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modelling (SEM)*, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Citra Merek, Harga berpengaruh terhadap Kualitas Produk, Harga berpengaruh terhadap Citra Merek dan Citra Merek berpengaruh terhadap Intensitas Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Intensitas pembelian.