

ABSTRAKSI

LUTHFAN ADRIAN YUSUF, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi melalui Citra Merek sebagai variabel intervening (Studi Kasus di Wilayah Roxy ,Jakarta Barat). (dibimbing oleh RA Nurlinda)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. Variabel Eksogen terdiri dari (Kualitas Produk dan Harga), Variabel Endogen (Keputusan Pembelian), dan Variabel Intervening yaitu (Citra Merek). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 160 orang responden. Responden penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang di temui dan sudah membeli serta menggunakan di Wilayah Roxy, Jakarta Barat. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dan penelitian ini menggunakan teknik analisa Analisis Jalur(*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek. Selanjutnya Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan Citra Merek bisa menjadi variabel intervening.

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

ABSTRACT

LUTHFAN ADRIAN YUSUF, Effect of Product Quality and Price on Xiaomi Smartphone Purchasing Decisions through Brand Image as an intervenin variable (Case Study in Wilayah Roxy, West Jakarta). (supervised by RA Nurlinda)

This study aims to determine the effect of Product Quality and Price on Xiaomi Smartphone Purchasing Decisions through Brand Image as Intervening Variables. Exogenous variables consist of (Product Quality and Price), Endogenous Variables (Purchase Decisions), and Intervening Variables namely (Brand Image). The number of samples used in this study were 160 respondents. Respondents of this study were all people who were met and had bought and used in Wilayah Roxy, West Jakarta. The analytical method used in this study is associative method and this study uses Path Analysis techniques.

The results showed that Product Quality and Price had a positive and significant effect on Brand Image. Furthermore, Product Quality influences Purchasing Decisions and Brand Image can be an intervening variable.

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