

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besar pengaruh brand image, kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Smartphone Xiaomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan desain penelitian eksplanatori, yaitu desain penelitian yang bertujuan menjabarkan kedudukan dan hubungan antar variabel-variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dengan variabel bebas (X_1) sebagai brand image, (X_2) sebagai kualitas produk dan (X_3) sebagai harga produk, sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah keputusan pembelian. Studi kasus penelitian ini dilaksanakan pada Mahasiswa di Pekalongan. Penelitian ini mengambil sampel dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden yaitu memiliki smartphone merk Xiaomi. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 96 responden yang diambil berdasarkan metode Slovin. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel brand image dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan harga produk berpengaruh negatif signifikan. Kualitas produk, brand image dan harga produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Brand Image, Kualitas Produk, Harga Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the impact of brand image, product quality and product price on consumer purchasing decisions. This study uses an explanatory approach design which the purpose of this design is to determine the position and the relation between the variables studied. This research uses a simple linear regression analysis technique with the independent variables (X_1) as brand image, (X_2) as product quality and (X_3) as product price, whereas the dependent variable (Y) is purchasing decision. This study case was took out Students in Pekalongan as the sample. This study sampled by non-probability sampling method with purposive sampling technique with the criterion that the respondents have Xiaomi's smartphone. This study used a sample of 100 respondents who were taken based on the Slovin method. The data collection technique of this research used the questionnaire method.

The results showed that partially brand image and product quality had no effect on purchasing decisions, while product prices had a significant negative effect. Product quality, brand image and product price simultaneously affect purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Product Price, Purchasing Decision