

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI PADA
MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNDIKSHA**

Oleh:

Koming Della Aprilia Tri Sagita, NIM 2017041114

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang bersifat kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan adalah 65 responden. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2020 Universitas Pendidikan Ganesha yang menggunakan *smartphone* merek Xiaomi dan objek penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan pencatatan dokumen. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2020 di Universitas Pendidikan Ganesha.

Kata kunci: citra merek, keputusan pembelian, kualitas produk.

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON THE
DECISION TO PURCHASE A XIAOMI SMARTPHONE IN UNDIKSHA
MANAGEMENT STUDENTS***

By:

Koming Della Aprilia Tri Sagita, NIM 2017041114

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of product quality and brand image on purchasing decisions. The research design used is quantitative and causal in nature. Determining the sample in this study used a purposive sampling technique. The number of samples used was 65 respondents. The subjects of this research are students majoring in management class of 2020 at Ganesha Education University who use Xiaomi brand smartphones and the objects of this research are product quality, brand image and purchasing decisions. Data was collected through questionnaires and document recording. Data were analyzed using multiple linear regression analysis. The research results show that (1) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, and (3) product quality and brand image have a significant effect on purchasing decisions for Xiaomi smartphones among students majoring in management class of 2020 at Ganesha University of Education.

Keywords: *product quality, brand image, purchasing decisions.*