

ABSTRAK

**PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN
COUNTRY OF ORIGIN PADA MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP
*SMARTPHONE XIAOMI***

Alfonsus Pramana
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2017

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui pengaruh harga, *brand image*, *brand awareness*, dan *country of origin* secara bersama-sama pada minat beli konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi. 2) untuk mengetahui pengaruh harga pada minat beli konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi. 3) untuk mengetahui pengaruh *brand image* pada minat beli konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi. 4) untuk mengetahui pengaruh *brand awareness* pada minat beli konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi. 5) untuk mengetahui pengaruh *country of origin* pada minat beli konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive sampling* dengan kriteria: konsumen yang mengenal produk Xiaomi, memiliki keinginan untuk membeli *smartphone* Xiaomi, sudah pernah membeli *smartphone* Xiaomi, masih memiliki *smartphone* Xiaomi, ataupun sudah pernah menggunakan *smartphone* Xiaomi. Penelitian ini menggunakan sampel 100 (seratus) responden. Teknik pengujian instrumen dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas, sedangkan teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisa regresi linier berganda, dan analisa deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) harga, *brand image*, *brand awareness*, dan *country of origin* secara bersama-sama berpengaruh pada minat beli konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi. 2) harga tidak berpengaruh pada minat beli konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi. 3) *brand image* berpengaruh pada minat beli konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi. 4) *brand awareness* berpengaruh pada minat beli konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi. 5) *country of origin* tidak berpengaruh pada minat beli konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi.

Kata Kunci: Harga, *Brand Image*, *Brand Awareness*, *Country of Origin*, Minat beli

ABSTRACT**THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS,
AND COUNTRY OF ORIGIN TOWARDS CONSUMERS PURCHASE
INTENTION ON XIAOMI SMARTPHONE**

Alfonsus Pramana
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2017

The purposes of this research are: 1) to analyze the influence of price, brand image, brand awareness, and country of origin simultaneously towards consumers purchase intention on Xiaomi smartphone. 2) to analyze the influence of price towards consumers purchase intention on Xiaomi smartphone. 3) to analyze the influence of brand image towards consumers purchase intention on Xiaomi smartphone. 4) to analyze the influence of brand awareness towards consumers purchase intention on Xiaomi smartphone. 5) to analyze the influence of country of origin towards consumers purchase intention on Xiaomi smartphone. This research used quantitative research as the research method. The sampling technique using *purposive sampling* with the following criteria: consumers who are familiar with Xiaomi smartphone, willing to buy Xiaomi smartphone, already bought one of Xiaomi smartphone, still have one of Xiaomi smartphone, already using the Xiaomi smartphone. This research employed 100 respondents as sample. The researcher using validity and reliability test for the technique of instrument testing; and classic assumption test, multiple linear regression and descriptive analysis used for data analysis technique. The conclusions of this research are: 1) price, brand image, brand awareness, and country of origin simultaneously influenced consumers purchase intention towards Xiaomi smartphone. 2) price did not influence consumers purchase intention towards Xiaomi smartphone. 3) brand image influenced consumers purchase intention towards Xiaomi smartphone. 4) brand awareness influenced consumers purchase intention towards Xiaomi smartphone. 5) country of origin did not influence consumers purchase intention towards Xiaomi smartphone.

Keywords: Price, Brand Image, Brand Awareness, Country of Origin, Purchase Intention