

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI**
(Studi pada mahasiswa Universitas Sanata Dharma)

HERI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, 2) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, 3) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, 4) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) citra merek, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 4) harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, harga dan keputusan pembelian

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND
PRICE ON PURCHASE DECISIONS FOR SMARTPHONE XIAOMI**
(Study at Sanata Dharma University students)

HERI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2022

This study aims to determine: 1) the effect of brand image, product quality and price simultaneously on purchasing decisions, 2) the effect of brand image on purchasing decisions, 3) the effect of product quality on purchasing decisions, 4) the effect of price on purchasing decisions. The population in this study were active students of Sanata Dharma University Yogyakarta. The sampling technique used purposive sampling, the data was obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique in this study is Multiple Linear Regression Analysis using the SPSS application. The results of this study indicate that: 1) brand image, product quality and price simultaneously have a effect on purchasing decisions, 2) brand image has a effect on purchasing decisions, 3) product quality has a effect on purchasing decisions, 4) price does not have a effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, product quality, price and purchase decisions