

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Quality, Price and Brand image against purchase intention mobile Xiaomi. Data were collected through the 100 respondents using quantitative descriptive approach. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of multiple regression analysis, the application used was SPSS version 21.

The results of this study indicate that partially, variable product quality, price, and brand image influence the buying interest Xiaomi phone. This is evidenced from the results of the F test and the results of the t test also showed significant values of the two independent variables that support the hypothesis. Therefore the test results of this study stated that there are significant between the variable quality of product, price and brand image of the buying interest Xiaomi phone.

Keywords: product quality, price, brand image and purchase intention.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Minat Beli Handphone Xiaomi. Data dikumpulkan melalui 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisa data yang digunakan adalah analisis statistic dalam bentuk uji regresi linier berganda, aplikasi yang digunakan adalah aplikasi SPSS versi 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variable kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh terhadap minat beli handphone xiaomi. Hal ini dibuktikan dari hasil uji F dan hasil uji t juga menunjukkan nilai signifikan dari kedua variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk, harga dan citra merek terhadap minat beli handphone xiaomi.

Kata kunci: kualitas produk, harga, citra merek dan minat beli

