

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli smartphone Xiaomi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan smartphone Xiaomi baik pria maupun Wanita yang berusia 21-25 tahun. Metode pengumpulan data menggunakan jenis kuantitatif dengan data primer. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 165 responden, dihitung *maximum likelyhood estimation*. Metode penarikan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan jenis teknik penarikan sampel yaitu *convenience sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey dan Google Form, dengan instrument penelitian yaitu kuesioner. Metode analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Promosi dan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Produk, Minat Beli



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, promotion and product quality on the intention to buy Xiaomi smartphones. The population in this study are consumers who use Xiaomi smartphones, both men and women aged 21-25 years. Methods of data collection using quantitative types with primary data. The sample used is 165 respondents, the maximum likelihood estimation is calculated. The sampling method uses nonprobability sampling with the type of sampling technique that is convenience sampling. Methods of data collection using survey methods and Google Forms, with research instruments, namely questionnaires. Methods of data analysis using Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that Price, Promotion and Product Quality have a positive and significant influence on the intention to buy Xiaomi Smartphones.

Keywords: Price, Promotion, Product Quality, Buying Interest



UNIVERSITAS
MERCU BUANA