

# **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DI JABODETABEK**

## **ABSTRAK**

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di Jabodetabek.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Xiaomi sedangkan variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Xiaomi. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Smartphone* Xiaomi.

Kata Kunci: Citra merek, Harga, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Promosi.  
(xii + 61 + Lampiran)  
Daftar Pustaka (2009 – 2023)