

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI DI TANGERANG RAYA

Silmi Aulia Alkautsar¹⁾, Dr. Dede Suleman, M.M., CMA.²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Tangerang Raya. Di tengah pertumbuhan teknologi digital dan persaingan industri *smartphone* yang semakin ketat, konsumen menjadi semakin selektif dalam mengambil keputusan pembelian. Xiaomi sebagai salah satu produsen *smartphone* terkemuka di Indonesia memanfaatkan kombinasi strategi harga terjangkau, kualitas produk, dan citra merek yang kuat untuk menarik minat pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 132 responden pengguna *smartphone* Xiaomi di Tangerang Raya. Teknik analisis data dilakukan melalui uji regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam memperkuat posisi merek melalui penyesuaian harga, peningkatan kualitas produk, dan penguatan citra merek yang konsisten di pasar Indonesia.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Xiaomi