

PURCHASING DECISIONS SMARTPHONE XIAOMI

By

Veriandriano

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the effect of price, advertising, and product attributes on brand switching. The population in this study were Simpati users in kelurahan cipedak Jakarta selatan. The sample size was taken as many as 60 respondents, with a non probability sampling method with a purposive sampling method. Data collection is done through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis with SmartPLS3.0 software. The results of this study indicate that (1) Brand image a significant influence on purchasing decisions. (2) Quality product has a significant to purchasing decisions (3) Price has a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Quality Product, Product Price, and Purchasing Decisions

**KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI
(STUDI KASUS PADA KELURAHAN CIPEDAK JAKARTA SELATAN)**

Oleh

Veriandriano

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *smartphone* xiaomi. Ukuran sampel diambil sebanyak 65 orang responden, dengan metode pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software SmartPLS3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan pembelian