

## ABSTRAK

### **PENGARUH *PRICE*, *QUALITY PRODUCT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASING DECISION SMARTPHONE XIAOMI* DI KOTA BOGOR**

(132 Halaman ;8 gambar, 26 tabel, 6 lampiran)

Pada penelitian ini meneliti mengenai perusahaan xiaomi dengan memiliki tujuan penulisan yakni: Untuk mengetahui apakah *price* memiliki pengaruh positif terhadap *purchasing decision*, untuk mengetahui apakah *quality product* memiliki pengaruh positif terhadap *purchasing decision*, untuk mengetahui apakah *brand image* memiliki pengaruh positif terhadap *purchasing decision*. Perusahaan *handphone* dengan *Brand Xiaomi* telah *melaunching smartphone* pertamanya pada tahun 2011, selanjutnya ditahun 2019 perusahaan *Xiaomi* menjadi sebuah perusahaan yang mana merupakan produsen *smartphone* terbesar nomor empat didunia. Pada Perusahaan *xiaomi* menentukan harga melihat dari kualitas produk dan jasa yang mereka tawarkan. sebuah *Brand image* dari sebuah perusahaan ditentukan oleh kualitas juga layanan yang mereka berikan kepada pelangganya. perusahaan *Xiaomi* sendiri merupakan salah satu perusahaan *smartphone* yang memiliki kelebihan yakni menjual *smartphone* dengan harga yang relatif murah dengan demikian akan dengan mudah untuk menarik pelanggan dari semua kalangan. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis lebih jauh terkait pengaruh harga, kualitas produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian terhadap *smartphone xiaomi* di kota bogor. pada penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari penelitian sebelumnya serta penelitian ini dilakukan secara langsung di lapangan. Metode yang digunakan ialah metode kuantitatif didalam studi ini guna untuk mengukur data secara sistematis. Pada penelitian ini menggunakan kusioner elektronik yang disebar melalui *Google Forms* yang selanjutnya akan diisi oleh responden dan merupakan data yang digunakan dalam penelitian ini. Penulis menentukan beberapa kriteria dalam menentukan responden yaitu: pengguna *smartphone xiaomi*,berdomisili bogor dan mahasiswa di kota bogor. Total responden pada penelitian ini adalah 195 responden yang kemudian dijadikan sampel penelitian. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa : *price* memiliki pengaruh positif terhadap *purchasing decision* didukung dengan 0,245 satuan, *quality product* memiliki pengaruh positif terhadap *purchasing decision* tidak didukung dengan 0,033 satuan, *brand image* memiliki pengaruh positif terhadap *purchasing decision* didukung dengan 0,137 satuan. Jadi penelitian ini memiliki 2 hipotesis didukung dan 1 tidak didukung.

Kata Kunci : *Price*, *Quality Product*,*Brand Image* dan *Purchasing decision*