

ABSTRAK

Nanda Albiansyah. 021121457. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI PADA: MAHASISWA FEB UNIVERSITAS PAKUAN ANGKATAN 2021-2023 SALMAH dan EKA PATRA. 2026.

Perkembangan teknologi dan persaingan industri *smartphone* yang semakin dinamis menuntut perusahaan untuk menghadirkan produk berkualitas serta membangun citra merek yang kuat guna menarik minat konsumen. Xiaomi merupakan salah satu merek yang populer di Indonesia karena dikenal memiliki kualitas produk yang kompetitif dan citra merek yang positif di mata pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna *smartphone* Xiaomi. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,835 mengindikasikan bahwa kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 83,5%, sedangkan sisanya 16,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik kualitas produk dan semakin kuat citra merek yang terbentuk, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian *smartphone* Xiaomi.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian, Xiaomi.