

ABSTRAK

Proses keputusan pembelian memiliki arti yang sangat penting bagi kemajuan perusahaan. Perusahaan dapat mengetahui seberapa besar ketertarikan konsumen pada produk yang ditawarkan dan apakah target yang telah ditentukan dapat tercapai atau tidak dengan adanya proses keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi (survei pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh kualitas produk dan citra merek secara simultan sebesar 72,3% dan sisanya 27,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian sebesar 30% dan pengaruh citra merek terhadap proses keputusan pembelian sebesar 42,3%, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, dan Proses Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purchasing decision process has a very important for the company's progress. The company can find out how much consumer interest in the product offered and whether the target that has been determined can be achieved or not with the purchasing decision process.

The study aims to determine the influence of product quality and brand image of purchasing decision process of smartphone Xiaomi (survey on students of the Faculty of Economics and Business Pasundan University Bandung) both simultaneously or partially. The method research used is descriptive and verification method with a sample 100 respondents research. Research instrument testing used validity and reliability tests. The data analysis method used is multiple linier regression analysis, multiple correlation analysis, and coefficient of determination.

The results showed have influence positive and significant between product quality and brand image to the purchasing decision process. The amount of influence product quality and brand image to the purchasing decision process simultaneously is 72,3% and the remaining 27,7% influenced by other factors that do not exist in this research. Partially the magnitude of influence product quality to the purchasing decision process is 30% and influence brand image to the purchasing decision process is 42,3%, can be concluded that brand image have the most influence to the purchasing decision process.

Keywords : Product Quality, Brand Image, and Purchasing Decision Process