

ABSTRAK

Erni Wijayanti, NIM 15418381, Skripsi Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli smartphone Xiaomi, Studi kasus mahasiswa Universitas Kadiri Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen tahun ajaran 2019, penelitian kualitatif deskriptif, Universitas Kadiri Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Tahun 2019, Dosen Pembimbing I: Drs. Gandung Satriyono, S.T., M.M. Dosen Pembimbing II: M. Dian Rumahak, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli smartphone Xiaomi. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Kadiri Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen tahun ajaran 2019.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Kadiri Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen tahun ajaran 2019 yaitu sejumlah 150 orang. Sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 110. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden tentang kualitas produk, citra merek, kepercayaan konsumen dan minat beli. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Hipotesis di uji dengan T_{test} dan F_{test} .

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan variable kepercayaan konsumen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Namun secara simultan ketiga variable tersebut antara lain kualitas produk, citra merek dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap variable minat beli dengan persamaan regresi $Y = 0,881 + 0,729X_1 + 0,320X_2 - 0,323X_3 + e$. Variabel-variabel tersebut mampu menjelaskan variabel minat beli sebesar 64,3% dan sisanya 35,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, Dan Minat Beli.