

Ilyas. 2018. Pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap minat beli produk smartphone merek XIAOMI (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas wiraraja sumenep). Skripsi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing : (I) Drs. Ec. M. Munir Syam AR, MM. (II) Dina Kurniawati, SE, MM.

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terdapat pengaruh terhadap minat beli produk dan juga untuk mengetahui apakah secara simultan kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terdapat pengaruh terhadap minat beli produk.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu mengumpulkan, menyajikan, menganalisis dan melakukan pengujian hipotesis serta membuat kesimpulan dan saran. Sampel dikumpulkan dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel 40 responden. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan program SPSS versi 17.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk dengan melihat nilai sig  $0,851 > 0,05$  dan persepsi harga dengan nilai sig  $0,205 > 0,05$  tidak terdapat pengaruh terhadap minat beli produk, sedangkan variabel citra merek dengan nilai sig  $0,009 < 0,05$  terdapat pengaruh terhadap minat beli produk. Secara bersama sama atau simultan variabel kualitas produk, citra merek dan persepsi harga dengan melihat nilai  $F_{hitung} 4.469 > R_{tabel} 0,26$  terdapat pengaruh terhadap minat beli produk.

**Kata kunci:** kualitas produk, citra merek, persepsi harga, minat beli