

ABSTRAK

Rhamadan, Gilang. 2024. *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi Pada Siswa Siswi Kelas XI DKV Di SMK Negeri 1 Kota Jambi, FKIP Universitas Jambi, Pembimbing (I) Drs. H. Arpizal, M.Pd., (II) Novia Sri Dwijayanti, S.Pd., M.Pd.*

Kata Kunci : Brand Image, Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli.

Pada masa kini, perkembangan teknologi semakin tidak terbendung. Teknologi yang diciptakan untuk mempermudah kehidupan manusia, salah satunya dalam berkomunikasi maka terciptalah handphone, dan hingga saat ini telah tercipta smartphone yang semakin mempermudah kehidupan manusia. Hingga saat ini, telah banyak merek smartphone yang beredar di pasar sehingga memberikan banyak pilihan untuk konsumen terutama pelajar, selain untuk berkomunikasi smartphone dapat memudahkan kegiatan proses belajar mengajar, dalam menentukan keputusan pembelian, banyak variable yang mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan, diantaranya brand image dan kualitas produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap minat beli produk smartphone xiaomi pada siswa siswi kelas XI DKV di SMKN 1 Kota Jambi.

disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel brand image (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap minat beli (Y) siswa kelas XI DKV di SMKN 1 Kota Jambi. Nilai koefisien determinasi (R^2) secara simultan sebesar 0,860 Yang jika dijadikan persentase sebesar 86,0% maka dapat disimpulkan bahwa 86,0% minat beli dipengaruhi oleh brand image dan kualitas produk. Sedangkan 14% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.