

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi, (2) pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi, (3) pengaruh kualitas pembelian terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi, dan (4) pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi. Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan atau yang pernah membeli *smartphone* Xiaomi di toko discovery sidoarjo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 40 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan signifikan, (2) persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian tetapi tidak signifikan, (3) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian tetapi tidak signifikan, dan (4) kualitas produk, persepsi harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis regresi berganda untuk mengetahui kausalitas antar variabel yang dianalisis.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian