

ABSTRAK

ARDIANTO, 2022. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada SmartPhone Xiaomi Di Kota Makassar Dibimbing oleh Pembimbing I Muhammad Yusuf dan Pembimbing II M. Yusuf Alfian Rendra Anggoro

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada SmartPhone Xiaomi Di Kota Makassar. Penelitian yang digunakan adalah pendekatan jenis kuantitatif. Data yang telah diolah adalah hasil interpretasi responden dari warga yang ada di Kota Makassar. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model interaktif dengan responden, dimana data interpretasi responden kemudian diregulasikan dengan menggunakan teknik analisis data dalam hal ini SPSS.

Hasil regresi berganda yang diolah dan dianalisis menggunakan metode SPSS maka diperoleh persamaan $Y = 6.171 + 0.602.X_1 + 0.141.X_2$ dimana angka tersebut menunjukkan $a = 6,171$, angka tersebut menunjukkan bahwa tanpa adanya *Brand Image* dan Kualitas Produk maka akan mempengaruhi Minat Beli Konsumen. $b_1x_1 = 0,602$, ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen. $b_2x_2 = 0,141$, ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Minat Beli Konsumen



ABSTRACT

ARDIANTO, 2022. *The Influence of Brand Image and Product Quality on Consumer Purchase Interest on Xiaomi Smartphones in Makassar City.* Supervised by Supervisor I Muhammad Yusuf and Supervisor II M. Yusuf Alfian Rendra Anggoro

This study aims to determine the effect of brand image and product quality on consumer buying interest on Xiaomi smartphones in Makassar City. The research used is a quantitative approach. The data that has been processed is the result of the respondent's interpretation of the residents in Makassar City. The research method used is quantitative method and the analytical technique used in this study uses an interactive model with respondents, where data interpretation is then regulated using data analysis techniques in this case SPSS.

The results of multiple regression which are processed and analyzed using the SPSS method are obtained by the equation $Y = 6.171 + 0.602.X_1 + 0.141.X_2$ where the figure shows $a = 6.171$, this number indicates that without a Brand Image and Product Quality, it will affect Consumer Buying Interest. $b_1x_1 = 0.602$, this indicates that Brand Image has an effect on Consumer Buying Interest. $b_2x_2 = 0.141$, this indicates that product quality has a positive effect on consumer buying interest.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, and Consumer Buying Interest*