

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA  
SMARTPHONE XIAOMI  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNISKA)**

**Bayu Paratama<sup>1</sup>, Dwi Wahyu Artiningsih<sup>2</sup>, Junaidi<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen, 6120, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 19310995

<sup>2</sup>Manajemen, 6120, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1119056501

<sup>3</sup>Manajemen, 6120, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1106037801  
Email : pratamagbt@gmail.com

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi dampak signifikan citra merek terhadap minat beli Smartphone Xiaomi di antara Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi di UNISKA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan populasi berupa seluruh mahasiswa manajemen yang sedang menyelesaikan program skripsi. Sampel yang terlibat dalam penelitian berjumlah 90 responden, dan data dikumpulkan melalui kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel citra merek memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari taraf signifikansi  $\alpha=0,05$ , yaitu sebesar 0,000. Hal ini mengindikasikan penolakan terhadap  $H_0$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Dalam penelitian ini, citra merek memiliki dampak signifikan terhadap minat beli sebesar 74,9%, sedangkan faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini berkontribusi sebesar 25,1% terhadap minat beli.

**Kata Kunci : Citra Merek, Minat Beli, Smartphone Xiaomi**

**DAFTAR PUSTAKA**

Annisa, N. (2017). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone Samsung (Studi Pada PT Samsung Electronic Indonesia Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2), 1–8.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsipPemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.

Asari, A. (2020). *MINAT BELI SMARTPHONE XIAOMI (Studi pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang)*

- Fera., & Pramuditha, C. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Minat beli Smartphone Xiaomi Di Kota Palembang*
- Saputra, R., & Hermanto. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1), 1–11.
- Saputra., & Hermanto. (2019), *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat BELI Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus di Jakarta Barat)*
- Siska, A. J., & Zulhadie, I. (2020). *Analisa Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Xiaomi (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE HAS Bukittinggi)*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Ratri, Lutiary Eka. 2007. *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat
- Hidayati, T. A., Suharyono, & Fanani, D. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2(1), 1–116.
- Rizky Dwijantoro, (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee*
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200-218.

Merek (Brand Image) Operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty)  
Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Di Fakultas Ekonomi Reguler  
Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Psikologi. Undip. Semarang.