

ABSTRAK

Kualitas produk, desain produk, dan harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas mencerminkan performa dan keandalan produk. Desain berkaitan dengan tampilan visual dan kenyamanan penggunaan, sedangkan harga adalah jumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan produk. Ketiga faktor ini dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk, dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone Xiaomi* oleh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 88 mahasiswa. Instrumen pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Mahasiswa menganggap kualitas *smartphone Xiaomi* sudah sesuai dengan standar, sehingga bukan menjadi faktor utama dalam pembelian. Sebaliknya, desain produk berpengaruh positif dan signifikan, karena tampilan yang menarik dan kenyamanan dalam penggunaan menjadi daya tarik tersendiri. Harga juga memberikan pengaruh positif dan signifikan, bahkan menjadi faktor paling dominan, karena harga yang terjangkau sesuai dengan kondisi keuangan mahasiswa. Secara bersama-sama, kualitas produk, desain produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 63,8% dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian mahasiswa terhadap *smartphone Xiaomi*.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Desain Produk, Harga, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

Product quality, product design, and price are important factors influencing purchasing decisions. Quality reflects the performance and reliability of a product. Design relates to visual appearance and usability, while price is the amount of money that must be paid to obtain the product. These three factors can influence consumers in determining the decision to buy or not to buy a product. This study aims to determine the effect of product quality, product design, and price on the purchasing decisions of Xiaomi smartphones by students of the Management Study Program at Raja Ali Haji Maritime University. This study used a quantitative method with a sample of 88 students. The data collection instrument was a questionnaire. The results showed that product quality did not have a significant effect on purchasing decisions. Students considered the quality of Xiaomi smartphones to be in accordance with standards, so it was not a primary factor in purchasing. Conversely, product design had a positive and significant effect, because the attractive appearance and ease of use were the main attractions. Price also had a positive and significant effect, even becoming the most dominant factor, because the affordable price was in accordance with the students' financial conditions. Together, product quality, product design, and price had a significant effect on purchasing decisions. These three variables contributed 63.8% in explaining the variation in students' purchasing decisions for Xiaomi smartphones.

Keywords: Product Quality, Product Design, Price, Purchasing Decision.

