

ABSTRAK

Di era yang semakin modern ini pengguna *smartphone* semakin banyak tiap tahunnya dan saat ini *smartphone* telah menjadi suatu kebutuhan bagi orang-orang dalam menunjang aktivitasnya. Banyaknya merek *smartphone* yang beredar membuat persaingan antar merek menjadi kompetitif dan salah satunya adalah *smartphone* dengan merek Realme yang tergolong baru dalam pasar *smartphone* dan masih sedikit diminati oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap minat beli *smartphone* Realme (Studi kasus pada mahasiswa STIESIA Surabaya).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STIESIA yang bukan pengguna *smartphone* Realme. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada mahasiswa STIESIA Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli *smartphone* Realme, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli *smartphone* Realme, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli *smartphone* Realme.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Minat Beli

ABSTRACT

In this modern era, each year many people use smartphones either in order to fulfill their needs or to support their activities. More new brands of smartphones are offered to make them more competitive among producers. One of the new brands is Realme. This type is considered the new one in the smartphone market and only few consumers had it. Therefore, this research aimed to examine the effect of price, product quality, and brand image on consumers' buying interest of Realme (Case-Study for Students of STIESIA Surabaya).

The population was all students of STIESIA who were not consumers of Realme. Moreover, the data collection technique used accidental sampling with 100 respondents as research samples. Furthermore, the data were primary which taken from students' questionnaires of STIESIA Surabaya. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression.

The research result concluded that price had a positive and significant effect on consumers' buying interest of Realme. Likewise, product quality had a positive and significant effect on consumers' buying interest of Realme. Similarly, brand image had a positive and significant effect on consumers' buying interest of Realme.

Keywords: *Price, Product Quality, Brand Image, Buying Interest*