**ABSTRAK**

Ronald Christianda Halim / 22150314 / 2019 / Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara / Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

 Saat ini *smartphone* merupakan seuatu kebutuhan bagi setiap orang. *Smartphone* merupakan alat yang dapat membantu kegiatan manusia sehari-hari. Salah satu perusahaan yang memproduksi *smartphone* adalah Samsung. Samsung merupakan salah satu perusahaan yang sudah dikenal dan menjadi *market leader* untuk pasar *smartphone* di dunia. Namun pesatnya pertumbuhan dan perkembangan *smartphone* membuat Samsung mendapat tantangan dari para kompetitor yang mulai masuk dan mengganggu pasar yang selama ini dikuasai oleh Samsung. Meningkatkan kualitas produk dan menciptakan citra merek yang baik dimata konsumen merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat beli konsumen untuk membeli produk atau merek. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari Kualitas Produk, Citra Merek dan Minat Beli beserta pengukuran – pengukurannya. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara Kualitas Produk dengan Minat beli, Citra Merek dengan Minat Beli.

Objek penelitian ini adalah Produk *Smartphone* Samsung. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form*, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non – probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) menggunakan WarpPLS 5.0 dan SPSS 20.0.

 *Output* yang dihasilkan oleh WarpPLS 5.0 yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa jika kualitas produk dan citra merek semakin baik maka dapat meningkatkan minat beli.

 Kesimpulan dari peneilitan ini adalah hipotesis pertama (Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen produk *smartphone* Samsung) dan hipotesis kedua (Citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen produk *smartphone* Samsung) terbukti memiliki pengaruh yang positif dan siginifikan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Minat Beli