

ABSTRAK

Pada masa kini, perkembangan teknologi semakin tidak terbendung. Teknologi yang diciptakan untuk mempermudah kehidupan manusia, salah satunya dalam berkomunikasi maka terciptalah *handphone*, dan hingga saat ini telah tercipta *handphone* pintar yang semakin mempermudah kehidupan manusia. Hingga saat ini, telah banyak merek *handphone* pintar yang beredar di pasar sehingga memberikan banyak pilihan untuk konsumen, dalam menentukan keputusan pembelian, banyak variable yang mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan, diantaranya *brand image* dan minat beli.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap minat beli produk *smartphone* xiaomi pada konsumen Konter Pelanggi, Kecamatan Cikijing, Kabupaten Majalengka

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif veripikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuisioner yang disebar kepada konsumen Konter Pelanggi di Kecamatan Cikijing, Kabupaten Majalengka, dengan Teknik pengambilan responden secara tidak sengaja ketika peneliti melakukan penelitian (*incidental sampling*).

Dari penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *brand image* dan kualitas produk secara Bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap minat beli pada pelanggan konter pelanggi pengguna *smartphone* xiaomi di Kecamatan Cikijing. Hasil Analisis didapatkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yakni $95,491 > 3,09$ sehingga hipotesis alternatif diterima. Persentase pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 66,3%. Selebihnya untuk nilai 33,7% merupakan pengaruh oleh variable lainnya yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Minat Beli.