

ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada era modern saat ini terus membawa dampak besar bagi persaingan bisnis terutama di bidang teknologi yang semakin maju dan canggih, *smartphone* saat ini sudah menjadi kebutuhan masyarakat, karena Pada umumnya orang membeli *smartphone* guna mempermudah serta membantu kegiatan sehari-hari dan pekerjaan terutama untuk siswa, siswa, guru, mahasiswa, dosen atau pekerjaan lain. Niat beli konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas produk dan citra merek, hal ini bisa membuat produsen bersaing seiring meningkatnya pengguna *smartphone*. Namun berdasarkan perbandingan performa *smartphone* terbaik Yang dilakukan oleh AnTuTu Vivo berada di posisi ke 8 dan berdasarkan Top Brand Index pada tahun 2022 bahwa Vivo berada di tempat ke 5 setelah Samsung, Oppo, Iphone, Xiaomi.

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap niat beli konsumen *smartphone* Vivo serta guna mengetahui pengaruh citra merek terhadap niat beli konsumen *smartphone* Vivo.

Metode yang difungsikan pada penelitian ini ialah metode kuantitatif. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada 385 responden yang menjadi sampel penelitian dengan memanfaatkan metode *non-probability sampling*, kemudian, data dianalisis dengan memanfaatkan teknik analisis deskriptif serta analisis regresi linear berganda. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan jika Kualitas Produk berdampak signifikan positif terhadap Niat Beli dan Citra Merek signifikan positif terhadap Niat Beli *smartphone* Vivo. Hasil temuan yang ditemukan menjabarkan jika variabel Kualitas Produk (X1) dan Citra Merek (X2) mempunyai pengaruh terhadap Niat Beli (Y) sebesar 20,16%

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Niat beli.