

HALAMAN ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE VIVO

(Studi pada Mahasiswa asal Manggarai-NTT di Yogyakarta)

Arsenius Saputra Lehot
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan merek, kualitas produk, secara parsial terhadap minat beli smartphone vivo. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden yang diambil dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Uji instrument yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: kepercayaan merek berpengaruh terhadap minat beli smartphone vivo sedangkan citra merek dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli smartphone vivo.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST, AND PRODUCT QUALITY TOWARD BUYING INTEREST OF VIVO SMARTPHONE

(Study to Students from Manggarai-NTT in Yogyakarta)

Arsenius Saputra Lehot
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 2018

This study aims to determine the influence of brand image, brand trust, and product quality partially toward buying interest of vivo smartphone. The sample used in this study was 100 respondents using *purposive sampling* method. Data collection techniques was using questionnaire. The test instruments used were validity and reliability tests. The analysis technique was multiple linear regression tes.

Result of research indicate that : brand trust have effect to buying interest of vivo smartphone while the brand image and product quality have no effect on buying interest of vivo smartphone.

Keywords :Brand Image, Brand Trust, Product Quality, Buying Interest