

ABSTRAK

Pengaruh Persepsi Harga, Iklan, Atribut Produk dan Kepribadian Merek Terhadap Minat Beli *Handphone* Merek Samsung Berbasis Android (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung)

Oleh

LIDIA

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat beli *handphone* merek Samsung berbasis Android. Variabel independen terdiri dari Persepsi Harga (X1), Iklan (X2), Atribut Produk (X3) dan Kepribadian Merek (X4). Variabel dependennya adalah Minat Beli. Sampel berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *accidental Sampling*. Analisis dilakukan dengan pengolahan data menggunakan *SPSS* versi 16.0 yang dijalankan dengan media komputer. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan telah didapatkan bahwa dari keempat variabel independen semua berpengaruh signifikan terhadap minat beli *handphone* Samsung berbasis Android kecuali variabel persepsi harga. Secara simultan persepsi harga, iklan, atribut produk dan kepribadian merek berpengaruh signifikan. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah atau menggunakan variabel-variabel independen lainnya yang potensial memberikan kontribusi terhadap minat beli *handphone* Samsung berbasis Android serta menggunakan responden dengan teknik sampling dan metode yang berbeda untuk melihat perbandingan antara satu metode dengan metode lainnya.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Iklan, Atribut Produk, Kepribadian Merek, Minat Beli