

Minat Beli Smartphone Lenovo (Studi Pada Poin Square Lebak Bulus)

Oleh

William Prayoga

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan iklan terhadap minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengunjung Poin Square Lebak Bulus. Ukuran sampel diambil sebanyak 60 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,472. (2) Iklan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,442.

Kata Kunci: Citra merek, iklan, dan Minat Beli.

***Purchase Intention Of Smartphone Lenovo
(Study In Poins Square Lebak Bulus)***

By

William Prayoga

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the influence of brand image and advertising on buying interest. The population in this research is Poins Square Visitors Lebak Bulus. The sample size was taken as many as 60 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study show that (1) brand image has a significant influence on buying interest with the coefficient value of 0.472 lanes. (2) The advertisement has significant influence on buying interest with coefficient value of 0,442.

Keywords: Brand image, Advertisement, and Buying Interest.