

**PURCHASE INTENTION OF SMARTPHONE IPHONE
(STUDY ON IBOX BINTARO PLAZA TANGERANG SELATAN)**

By

Yetty Handyani

Abstract

This research is quantitative which aims to know the influence of price, advertisement and brand image to buying interest. The population used in this study at iBox Bintaro Plaza Tangerang Selatan. Sample size taken 75 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The result of this research indicates that (1) the price does not affect the buying interest with the coefficient value of 0.177 (2) the advertisement has no effect on the buying interest with the coefficient of lane of 0.078 (3) brand image influence significant the buying interest with the coefficient value of 0.647 .

Keywords: Price, Advertisement, Buy Interest, and Brand Image

MINAT BELI SMARTPHONE IPHONE (STUDI PADA IBOX BINTARO PLAZA TANGERANG SELATAN)

Oleh

Yetty Handyani

Abstrak

Penelitian ini adalah kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, iklan dan citra merek terhadap minat beli. Populasi yang digunakan pada penelitian ini di iBox Bintaro Plaza Tangerang Selatan. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 75 responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga tidak berpengaruh terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,177 (2) iklan tidak berpengaruh terhadap minat beli dengan koefisien jalur sebesar 0,078 (3) citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,647.

Kata kunci: Harga, Iklan, Minat Beli, dan Citra Merek