

MINAT BELI PADA CINERE MALL

Oleh

Febriansyah

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, iklan dan harga terhadap minat beli *smartphone* oppo. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang ingin membeli *smartphone* oppo dan yang memiliki *smartphone* oppo pembelian pada Cinere Mall. 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 berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat beli dengan nilai koefisien 0,265. (2) Iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat beli dengan nilai koefisien 0,265. (3) Harga secara langsung juga memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,404.

Kata Kunci: Citra Merek, Iklan, Harga, dan Minat Beli.

BUYING INTEREST ON CINERE MALL

By

Febriansyah

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the effect of advertising, advertising and prices to buy oppo smartphones. The population in this study is people who want to buy a smartphone and people who have a smartphone to buy in Cinere Mall. The sample size was 60 respondents, with non probability sampling method beside purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) image is not significant to the interest in buying with the coefficient value of 0.265. (2) Advertisement has no significant effect to Buy interest with coefficient value 0,265. (3) Prices are direct and also significant against.

Keywords: Advertisement, Brand Image, Price, and Buying Interest.