

ABSTRAK

Muhammad Angga Arya Putra (12170193). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli *Smartphone* Apple Dengan Metode Analisis Statistik Deskriptif Dan Analisis Regresi Linear.

Citra merek yang dihadirkan dari perusahaan ke konsumen sangat berpengaruh pada minat beli konsumen. Karena citra merek yang dihadirkan perusahaan bisa mempengaruhi konsumen untuk menentukan minat beli produk tersebut atau tidak. Maka skripsi ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui deskripsi citra merek dan minat beli *smartphone* Apple 2) Untuk mengetahui apakah citra merek memiliki hubungan positif searah dan berpengaruh signifikan terhadap minat beli *smartphone* Apple. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara *online*. Sampel yang diambil adalah sebanyak 100 Responden. Subjek penelitian adalah yang mengetahui dan menggunakan *smartphone* Apple. Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear sederhana, menggunakan SPSS versi 24 untuk mengolah data hasil penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek terhadap minat beli *smartphone* Apple memiliki hubungan positif searah dengan hasil persamaan regresi $Y=1,433+0,950X$. Ini menunjukan yang mana setiap penambahan 1, satuan nilai citra merek maka nilai minat beli bertambah sebanyak 0,950, sebaliknya apabila citra merek mengalami penurunan 1 persen, maka minat beli diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,950. Jadi, arah hubungan citra merek terhadap minat beli adalah positif searah. Untuk hasil uji t yang sudah dilakukan, bahwa citra merek terhadap minat beli *smartphone* Apple berpengaruh signifikan dengan hasil uji t yaitu $t_{hitung} (15,712) > t_{tabel} (1,984)$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 tidak lebih besar dari 0,005.

Kata Kunci: Citra Merek, Minat Beli, *Smartphone* Apple.

ABSTRACT

Muhammad Angga Arya Putra (12170193). *The Effect of Brand Image on Purchase Intention for Apple Smartphones Using Descriptive Statistical Analysis Methods and Linear Regression Analysis.*

The brand image presented from the company to consumers is very influential on consumer buying interest. Because the brand image presented by the company can influence consumers to determine whether or not to buy the product. So this thesis aims to find out: 1) To find out the description of brand image and interest in buying Apple smartphones 2) To find out whether brand image has a unidirectional positive relationship and has a significant effect on buying interest in Apple smartphones. Methods of data collection using a survey method using a questionnaire distributed online. The sample taken is 100 respondents. Research subjects are those who know and use Apple smartphones. The data analysis method used descriptive statistical analysis and simple linear regression analysis, using SPSS version 24 to process the research data. The results of the analysis show that the brand image on the purchase intention of Apple's smartphone has a positive relationship in the direction of the regression equation $Y=1.433+0.950X$. This shows that for every addition of 1, the unit of brand image value, the value of buying interest increases by 0.950, on the contrary if the brand image decreases by 1 percent, then buying interest is predicted to decrease by 0.950. So, the direction of the relationship between brand image and purchase intention is positive. For the results of the t test that has been carried out, that brand image on interest in buying Apple smartphones has a significant effect on the results of the t test, namely t count (15,712) > t table (1,984) with a significance value of 0.000 not greater than 0.005.

Keywords: *Brand Image, Purchase Interest, Apple Smartphone.*

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI