

## ABSTRAK

### **Muhammad Ervan Firdaus (1178020153): PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* SAMSUNG PADA KALANGAN MAHASISWA MANAJEMEN ANGKATAN 2017-2020 UIN SUNAN GUNUNG DJATI**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : tanggapan mahasiswa manajemen angkatan 2017-2020 mengenai citra merek, kualitas produk, dan minat beli *smartphone* Samsung, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* Samsung.

Metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif menggunakan pendekatan secara kuantitatif. Objek pada penelitian ini adalah kalangan mahasiswa manajemen UIN Sunan Gunung Djati angkatan 2017-2020 yang pernah atau sedang menggunakan *smartphone* Samsung dengan total jumlah 90 responden. Data yang dihasilkan pada penelitian ini adalah tanggapan-tanggapan konsumen yang telah ditetapkan sebagai sampel dari kuisioner yang telah disebar. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *proportional stratified random sampling*. Uji yang digunakan untuk menguji instrument penelitian adalah uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan untuk pengujian hipotesis digunakan uji korelasi dan uji regresi linear berganda. Untuk pengolahan data pada penelitian ini dibantu dengan software SPSS versi 26.

Hasil dari analisis regresi linear berganda diketahui bahwa citra merek(X1) dan kualitas produk(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli(Y). Hasil uji t pada citra merek adalah dengan nilai  $t_{hitung} 2,716 > 1,991 t_{tabel}$ , dan nilai signifikansi  $0,008 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa (H1) dapat diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari citra merek terhadap minat beli. Hasil uji t pada kualitas produk adalah dengan nilai  $t_{hitung} 4,682 > 1,991 t_{tabel}$ , dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa (H2) dapat diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap minat beli. Hasil uji f pada citra merek dan kualitas produk adalah dengan nilai  $f_{hitung} 64,011 > 3,11 f_{tabel}$ , dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil dari koefisien determinasi adalah 0,595, artinya 59,5% minat beli dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli**