

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* VIVO DI DINAS KOPERASI, USAHA KECIL MENENGAH, PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN KABUPATEN TOBA

MONALISA PANJAITAN

190311026

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* vivo pada pegawai Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Toba. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode penelitian deskriptif kuantitatif yaitu dengan cara mencari membagikan kuesioner untuk mengetahui informasi tentang gejala yang ada pada konsumen pengguna *smartphone* Vivo dan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sampel pada penelitian ini berjumlah 85 orang dengan teknik pengambilan sample yaitu mengambil seluruh jumlah populasi. Data diolah secara statistik dengan menggunakan alat bantu program SPSS 23 for windows. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan dapat mempengaruhi Minat Beli dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,469 > 1,66342$) dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan dapat mempengaruhi Minat Beli dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,243 > 1,66342$). Maka citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap Minat Beli Produk *smartphone* vivo pada pegawai Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Toba dengan nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{table} ($26,197 > 3,11$).

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, dan Minat Beli.

***THE IMPACT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON THE
DEVELOPMENT OF SMARTPHONE VIVO IN DINAS KOPERASI,
USAHA KECIL MENANGAH, PERDAGANGAN AND
INDUSTRY TOBA DISTRICT'S TRADE***

MONALISA PANJAITAN

190311026

ABSTRACT

The study is conducted with the goal of knowing whether there is an impact of brand image and product quality on the purchase of smartphone vivo in Dinas koperasi, usaha kecil menengah, perdagangan and industry of toba district. The research method used is a quantitative descriptive study method by finding out what is known about the symptoms in vivo consumer users' smartphone and using linear regression analysis methods. The data used in this study are primary and secondary data. The sample in this study totaled 85 people with the specimen take technique that is to take out the entire population. Statistically treated data using SPSS 23 for Windows program. As a result of this study suggests that brand image can have a positive and significant impact on interest in buying with a higher thitung value than ttabel ($2.469 > 1.66342$) and that the quality of the products may have a positive and significant impact on buying interest with a higher thitung value than ttable ($3.243 > 1.66342$). Thus, brand image and product quality influence a particular interest in buying smartphone vivo products in Dinas koperasi, usaha kecil menengah, perdagangan and industry of toba district with greater value than ftabel ($26.197 > 3.11$).

Keywords: Brand Image, Product Quality and Interest Buy