

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUK QUALITY AND BRAND LOVE ON BUYING INTEREST OF SAMSUNG BRAND SMARTPHONES IN PADANG CITY

Oleh:

Nanang Gusdianto¹, Dahliana Kamener² & Yulihar Mukhtar²
Mahasiswa dan Dosen Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Bung Hatta Padang

E-mail: nanang.gusdianto@yahoo.co.id, dahlianakamener@ymail.com,
yul_mukhtar@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to prove the influence of brand image, product quality and brand love towards buying interest of Samsung brand smartphones in the city of Padang. In this study the population is all of the consumers who use Samsung smartphones in the city of Padang while the sample is 96 consumers who have used Samsung smartphones that are domiciled in the city of Padang. Metode of analysis used in proving the truth of a hypothesis is multiple regression. Based on the results of the first hypothesis testing (H1), it was found that brand image had a positive and significant effect on consumer buying interest on Samsung smartphone brands in the city of Padang. The second hypothesis (H2) found that product quality does not significantly influence consumer buying interest on Samsung smartphone brands in Padang and third hypothesis found (H3) Brand love has no significant effect on consumer buying interest on Samsung brand smartphones in Padang.

Keywords : Buying Interest, Brand Image, Product Quality & Brand Love

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND LOVE*
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG
DI KOTA PADANG**

Oleh:

Nanang Gusdianto¹, Dahliana Kamener² & Yulihar Mukhtar²

Mahasiswa dan Dosen Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi & Bisnis

Universitas Bung Hatta Padang

E-mail: nanang.gusdianto@yahoo.co.id, dahlianakamener@ymail.com,
yul_mukhtar@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan membuktikan pengaruh citra merek, kualitas produk dan brand love terhadap minat beli smartphone merek Samsung di Kota Padang. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh seluruh konsumen yang menggunakan Smartphone Samsung di Kota Padang. Sedangkan sampel adalah 96 orang konsumen yang telah menggunakan Smartphone Samsung yang berdomisili di Kota Padang. Metode analisis yang digunakan dalam membuktikan kebenaran hipotesis adalah regresi berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) ditemukan Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada *Smartphone* merek Samsung di Kota Padang. Hipotesis kedua (H_2) ditemukan Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada *Smartphone* merek Samsung di Kota Padang serta hipotesis ketiga ditemukan (H_3) Brand love tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada *Smartphone* merek Samsung di Kota Padang.

Kata Kunci: Minat Beli, Citra Merek, Kualitas Produk & Brand Love