

ABSTRAK

Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Apple Iphone di Kota Tangerang Selatan

Aditya Wardana ¹⁾, Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si. ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesadaran merek dan asosiasi merek terhadap minat beli konsumen *smartphone* Apple iPhone di Kota Tangerang Selatan. Variabel independen pada penelitian ini yaitu Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek, sedangkan variabel dependen yaitu Minat Beli. Teknik pengambilan sampel sebanyak 110 orang dengan menggunakan *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan yaitu regresi. Hasil pengujian dari variabel kesadaran merek terhadap minat beli menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Kemudian hasil dari variabel asosiasi merek juga menunjukkan hasil yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk *smartphone* Apple.

Kata kunci: Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Minat Beli

Pustaka : 29

Tahun Publikasi : 2018 - 2022