

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek pengetahuan produk terhadap minat beli. Objek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana . Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kasual. analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda, aplikasi yang digunakan adalah aplikasi SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, semua variabel berpengaruh terhadap minat beli pelanggan. Dari kedua variabel tersebut, variabel citra merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli pelanggan, dan variabel pengetahuan produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli pelanggan.

Kata kunci: Citra Merek, Pengetahuan Produk, Minat Beli Pelanggan dan Regresi linier Berganda.



ABSTRACT

This study was to determine the effect of brand image of product knowledge to the buying interest. The object of this research is student university student faculty economic and businnes mercu buana. This study was conducted on 100 respondents using quantitative descriptive approach. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of multiple regression analysis, the application used was SPSS version 21. The results of this study showed that partially, all variables that affect the customer buying interest. From these two variables, brand image variable significant effect partially to the customers buying interest, and variable product knowledge significant effect partially to the customers buying interest.

Keywords: Brand, Product Knowledge, Interests Buy Customers and Multiple Linear Regression.

