

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi harga, promosi, kualitas produk terhadap minat beli Iphone dalam meningkatkan kualitas produk Iphone. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei yang dilakukan pada konsumen di Jabodetabek yang menggunakan produk Iphone. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 konsumen dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik, dalam uji ini menggunakan sample slovin karena jumlah populasi penduduk di Jabodetabek sebanyak 10.061.000. Penelitian ini menggunakan SPSS, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk iPhone. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli iPhone. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli iPhone.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Produk, Minat Beli Iphone



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of perceived price, promotion, product quality on iPhone buying interest in improving the quality of iPhone products. This type of research is a survey research conducted on consumers in Jabodetabek who use iPhone products. This research was conducted on 100 consumers using a quantitative approach. Analysis of the data used is statistical analysis, in this test using a slovin sample because the total population in Jabodetabek is 10,061,000. This study uses SPSS. The results of this study indicate that price perception has a significant effect on buying interest in iPhone products. Promotion has a significant effect on buying interest in iPhone. Product quality has a significant effect on buying interest in the iPhone.

Keywords: Perception Price, Promotion, Product Quality, Buying Interest In Iphone

