

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap minat beli produk vape secara online. Penelitian ini dikategorikan dalam penelitian studi kasus, dengan populasi warga Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Persepsi Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap minat beli vape secara online. Populasi penelitian ini adalah warga Tangerang. Pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling*, karena besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui. Pada analisis data ini menggunakan software (smart-PLS) versi .0 PLS (Partial Least Square). Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Persepsi Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli konsumen produk vape. *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli konsumen produk vape. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli konsumen produk vape.

Kata Kunci : Persepsi Harga, *Brand Image*, Kualitas Produk, Minat Beli

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, brand image, and product quality on interest in buying vape products online. This research is categorized as a case study research, with a population of Tangerang residents. The results showed that the effect of price, brand image, and product quality on online vape buying interest. The population of this research is the residents of Tangerang. Sampling was carried out in this study using a non-probability sampling technique, because the probability of an element being selected as a subject is unknown. In this data analysis using software (smart-PLS) version 4.0 PLS (Partial Least Square). Price perception does not significantly influence consumers' purchasing interest in vape products. Brand Image has a significant influence on consumers' buying interest in vape products. Product quality has a significant effect on consumers' buying interest in vape products.

Keywords: *Price Perception, Brand Image, Product Quality, Purchase Intention*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA