

ABSTRAK

ZULKIFLI HAMZAH ,Tahun 2018, Pengaruh Merek Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Xiaomi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing A Ifayani Haanurat, dan Pembimbing II Sri Andayaningsih.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh merek terhadap minat beli produk *smartphone* xiaomi pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden mahasiswa manajemen. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, berdasarkan uji statistik t, nilai t hitung $5,078 > t$ tabel $1,684$ dan nilai signifikan $< 0,05$. Sehingga disimpulkan merek berpengaruh positif terhadap minat beli produk *smartphone* xiaomi pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.

Kata Kunci : Merek Dan Minat Beli Produk

ABSTRACT

Zulkifli Hamzah 2018 Year, the, *The Influence Of The Brand On The Interest In Buying Xiaomi Smartphone Products For Students Majoring In Management Of The Economics Faculty Of The Muhammadiyah University Of Makassar, Thesis Of Study Program Of The faculty Of economics And Business Management Of Muhammadiyah University Of Makassar. Guided By Supervisor A Ifayani Haanurat And Supervisor Sri Andayaningsih.*

This study aims to determine of the influence of the brand on the interest in buying xiaomi smartphone products in students of the management department og muhammadiyah university of Makassar.

This type of research used in this study is quantitative methods. Data collection was done by distributing questionnaires to 100 management student respondents. This study uses a simple linear linear regresion analysis method.

The results of this study indicate that, based on statiscal test t , the value of arithmetic $5,078 > t$ tabel $1,684$ and significant value $< 0,05$. So it can be conluded that the brand had a positive effect on the interest in buying xiaomi samrtphone products for students in the management department of the economics faculty of muhammadiyah university of Makassar.

Keywords : Brands And interest in buying products