

## ABSTRAK

Kebutuhan akan *smartphone* semakin meningkat di Indonesia saat ini yang dipengaruhi oleh banyak vendor dibidang teknologi yang menciptakan *smartphone* dengan kualitas dengan harga yang relatif terjangkau. Terdapat masalah pada variabel minat beli konsumen *smartphone* samsung yang mengalami penurunan penjualan selama beberapa tahun kebelakang sedangkan pada kualitas produk *smartphone* samsung galaxy a50 yang diberitakan mengalami kecacatan dan persepsi harga yang ditawarkan menjadi tolak ukur dalam membeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen pada *smartphone* Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung. Variabel Independen di dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, persepsi harga, sedangkan variabel Dependen di dalam penelitian ini yaitu minat beli konsumen. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif pada perguruan tinggi yang berada di Kota Bandung dibuktikan dengan kepemilikan tanda ktm, dan masih menggunakan *smartphone* samsung galaxy a50. Teknik pemilihan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan *Statistical Package For Social Sciencess* (SPSS) *Ver.24.00*. Metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian uji koefisien determinasi penelitian ini menunjukkan kualitas produk dan minat beli konsumen berpengaruh sebesar 61,2%, persepsi harga terhadap minat beli konsumen berpengaruh sebesar 53,7% dan kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen berpengaruh sebesar 67,7%. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan uji F, dapat disimpulkan bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Minat Beli**

## ABSTRACT

*The need for smartphones is increasing in Indonesia today, which is influenced by many vendors in the technology sector who create quality smartphones at relatively affordable prices. There is a problem in the variable of consumer buying interest in Samsung smartphones, which has decreased in sales over the past few years, while the quality of the Samsung Galaxy A50 smartphone products which are reported to have experienced defects and the perception of the price offered is a benchmark in buying. This study aims to determine the effect of product quality variables and price perceptions on consumer buying interest on the Samsung Galaxy A50 smartphone in the city of Bandung. The independent variable in this study is product quality, price perception, while the dependent variable in this study is consumer buying interest. The population in this study were active students at universities in the city of Bandung as evidenced by the ownership of the KTM sign, and still using the Samsung Galaxy A50 smartphone. The sample selection technique used a non-probability sampling technique using a purposive sampling technique. The research method used in this study is a quantitative research method using a descriptive and verification approach. The program used in analyzing the data uses the Statistical Package For Social Sciences (SPSS) Ver.24.00. The analytical method used is the method of multiple linear regression analysis. The results of the research on the coefficient of determination of this study show that product quality and consumer buying interest have an effect of 61.2%, price perception on consumer buying interest has an effect of 53.7% and product quality and price perception on consumer buying interest have an effect of 67.7%. Based on the results of hypothesis testing and F test, it can be concluded that partially and simultaneously product quality and price perception affect consumer buying interest in the Samsung Galaxy A50 in the city of Bandung.*

***Keywords : Product Quality, Price Perception and Buying Interest***