

ABSTRAK

Pengaruh Kelompok Referensi, Iklan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Personal terhadap Minat Beli iPhone di Kota Padang

Oleh: Ari Yuharvi Putra

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh kelompok referensi terhadap minat beli iPhone di Kota Padang, (2) Pengaruh iklan terhadap minat beli iPhone di Kota Padang, (3) Pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli iPhone di Kota Padang, dan (4) Pengaruh penjualan personal terhadap minat beli iPhone di Kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah calon konsumen yang mengetahui informasi tentang iPhone. Peneliti mengambil sampel sebanyak 138 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan angket penelitian. Teknik analisis data adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan uji t (t-test).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Variabel kelompok referensi, iklan, dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli iPhone di Kota Padang. Sedangkan variabel penjualan personal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli iPhone di Kota Padang.