

ABSTRAK

Pengaruh *Country of Origin* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli *Notebook/Laptop* Lenovo di Kota Padang

Oleh: Nevita Dolla Ariesty

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *country of origin* dan *brand image* terhadap minat beli *notebook/laptop* Lenovo di kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk kota Padang pada tahun 2016 yang mengetahui dan belum memiliki *notebook/laptop* Lenovo. Sampel diambil dengan *purposive sampling* dan menggunakan rumus *Cochran*. Ukuran sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis jalur dan uji hipotesis menggunakan uji F dan uji *t-test*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *country of origin* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat beli *notebook/laptop* Lenovo di kota Padang.