

ABSTRAK

Intan Permata Sari 2015/15059135 : Pengaruh *Perceived Value* Dan *Satisfaction* Terhadap *Willingness To Pay More* Pada Smartphone Iphone (Study Mahasiswa Kota Padang)

Pembimbing: 1. Abror, SE, ME, Ph.D

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh *Functional value* terhadap *satisfaction*, (2) pengaruh *price value* terhadap *satisfaction* (3) pengaruh *social value* terhadap *satisfaction* (4) pengaruh *Emotional value* terhadap *satisfaction*, (5) pengaruh *satisfaction* terhadap *willingness to pay more*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Penelitian ini dilakukan di Universitas Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Kota Padang yang menggunakan smartphone iphone. Sampel yang digunakan sebanyak 180 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan program SmartPLS versi 3.2.8 hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *functional value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*, (2) *price value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay more*, (3) *social value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay more* (4) *Emotional value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay more* (5) *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay more*.

Kata Kunci: *perceived value, Satisfaction, Willingness to pay more.*