

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
SMARTPHONE VIVO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
BUANA PERJUANGAN KARAWANG**

Citra Havana
Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang
Ps17.Citrahavana@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Pada era globalisasi seperti saat ini, kebutuhan manusia terhadap informasi semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Untuk mendapatkan sebuah informasi pada saat ini dapat dilakukan dengan cara menjelajahi media sosial dengan menggunakan internet ataupun menggunakan teknologi komunikasi yang sedang meningkat saat ini yaitu *smartphone* atau ponsel cerdas. Hal ini menimbulkan banyak peluang bagi perusahaan *smartphone* untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dalam pembuatan *smartphone* agar dapat menarik perhatian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* Vivo pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian kuantitatif dan menggunakan desain penelitian non eksperimen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik sampel kuota (*nonprobability sampling*). Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1.914 mahasiswa dan sampel yang digunakan berdasarkan tabel Issac dan Michael sebanyak 237 mahasiswa. Hasil uji hipotesis regresi sederhana dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien $0,000 \leq 0,05$, dan diperoleh persamaan regresi $Y = 48,411 + 0,230X$, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *smartphone* Vivo pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. Kemudian, diperoleh nilai dari uji determinasi dengan nilai R square sebesar 0,95 maka, dapat diketahui besar pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel minat beli sebesar 95% sedangkan sisanya sebesar 5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Smartphone* Vivo, dan Minat Beli.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY TOWARD THE STUDENT'S
BUYING INTEREST FOR VIVO SMARTPHONE AT
UNIVERSITY OF BUANA PERJUANGAN
KARAWANG**

Citra Havana

Faculty of Psychology, University of Buana Perjuangan Karawang

Ps17.Citrahavana@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

Nowadays, the need for information is increasing along with the globalization era. Obtaining information can be done by exploring social media using the internet or the ever-increasing communication technology of smartphones. This situation has opened many opportunities for smartphone companies to create innovations in smartphone manufacturing to attract consumers. This research sought to determine the effect of product quality on Vivo Smartphone buying interest on students of Buana Perjuangan University. This research belonged to the quantitative research method with a non-experiment design. The sampling technique used in this research was a quota sampling technique (non-probability sampling). The research population amounted to 1,914 students. The Issac and Michael's table was used to getting 237 students as research samples. The hypothesis test using simple regression obtained a coefficient value of $0,000 \leq 0,05$ and a regression equation $Y = 48.411 + 0.230X$, meaning that the H_a was accepted and H_o was rejected. Therefore, there is an effect of product quality on Vivo smartphone buying interest among students at Buana Perjuangan University. In addition, a determination test obtained an R-square value of 0.95, meaning that the effect of the product quality variable on the buying interest variable was 95%, while the remaining 5% was affected by other factors not examined in this research.

Keywords: *Product Quality, Vivo Smartphone, Buying Interest*