

ABSTRAK

Alef Sa'di Amam, 1720310005, Pengaruh Harga, Spesifikasi Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Redmi Note8 (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh akan harga, spesifikasi atau kualitas dan citra merek terhadap minat beli *smartphone* Redmi seri Note8 pada mahasiswa IAIN Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian lapangan (*field research*). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Kudus dengan mengambil sampel sebanyak 85 responden, dengan kriteria mahasiswa angkatan tahun 2018 – 2020 program studi manajemen bisnis syari'ah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji t parsial, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli berdasarkan uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,615 > 1,989$) dengan nilai signifikan ($0,001 < 0,05$). Spesifikasi diperoleh hasil uji t dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,117 < 1,989$) dengan nilai signifikan ($0,907 > 0,05$) maka spesifikasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli. Citra merek diperoleh hasil uji t dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,114 < 1,989$) dengan nilai signifikan ($0,909 > 0,05$) maka citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Kemudian hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,422 > 2,717$) dengan tingkat signifikan ($0,00 < 0,05$) artinya variabel harga, spesifikasi dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Uji R^2 diperoleh nilai sebesar 39,1% sedangkan sisanya 60,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : *Harga, Spesifikasi, Citra Merek dan Minat Beli.*