

**PENGARUH IKLAN PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI PADA *SMARTPHONE* REALME
(STUDI PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* REALME DI KOTA MEDAN)**

Oleh
Boy Silitonga
71160312188

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Smartphone Realme (2) pengaruh Harga terhadap Minat Beli Smartphone Realme (3) pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Realme.

Penelitian ini merupakan penelitian *survey* dan bersifat asosiatif kausal. Populasi pada penelitian ini adalah Pengguna atau yang pernah memakai Produk Smartphone Realme. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Teknik Slovin* dengan jumlah sampel sebanyak 84 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Iklan* berpengaruh positif terhadap Minat Beli pada pengguna Smartphone Realme, dibuktikan dari nilai *t* hitung sebesar 3.276; nilai signifikansi $0,001 < 0,05$; (2) Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pada pengguna Smartphone Realme. dibuktikan dari nilai *t* hitung sebesar 2,536; nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; (4) Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Smartphone Realme, dibuktikan dengan nilai *F* hitung sebesar 20.617 dengan signifikansi $0,079 > 0,05$.

Kata kunci: ***Iklan, Harga, Dan Minat Beli.***

**EFFECT OF PRODUCT ADVERTISING, AND PRICE
TOWARDS INTEREST IN BUYING ON REALME SMARTPHONE
(STUDY ON SMARTPHONE REALME USERS IN MEDAN CITY)**

**By
Boy Silitonga
71160312188**

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the effect of advertising on the Smartphone Realm Purchase Interest (2) the effect of Price on the Smartphone Realm Purchase Interest (3) the effect of Advertising and Prices on the Smartphone Realme Purchase Interest.

This research is an associative causal survey and research. The population in this study are users or who have used Smartphone Realme Products. The sampling technique uses Slovin technique with a total sample of 84 people. The technique of collecting data uses a questionnaire that has been supported by its validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression.

The results of the study show that: (1) Ads prove positive to Buy Interest in Smartphone Realme users, evidenced from the t value of 3.276; significance value $0.001 < 0.05$; (2) Positive price on consumer loyalty in Smartphone Realme users. as evidenced from the t value of 2.536; significance value $0,000 < 0.05$; (4) The Effect of Advertising and Price on Purchase Interest in Smartphone Realme, evidenced by the calculated F value of 20,617 with a significance of $0.079 > 0.05$.

Keywords: Advertising, Price, and Purchase Interest.