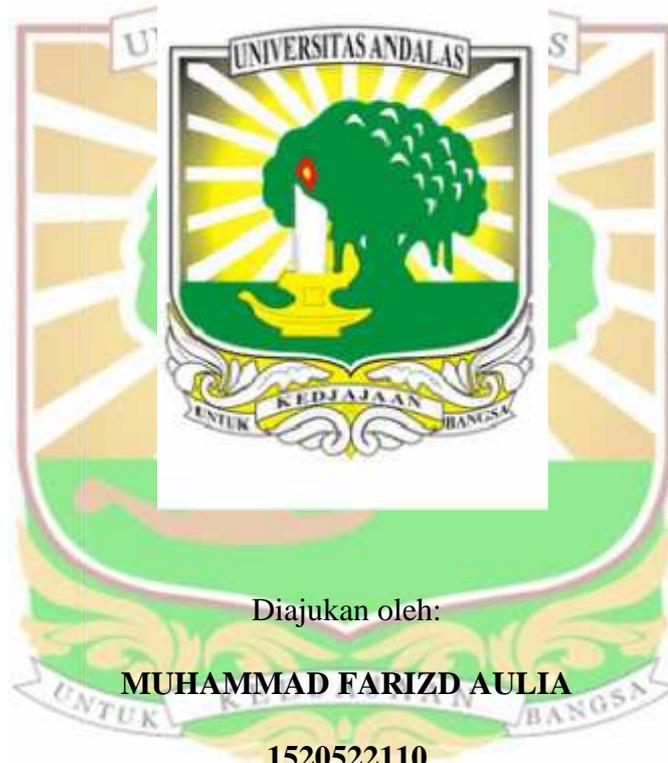


**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* (WOM)
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* SAMSUNG PADA
MAHASISWA MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ANDALAS**

THESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister Manajemen
Pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan oleh:

MUHAMMAD FARIZD AULIA

1520522110

Dosen Pembimbing : Dr. Verinita, SE, M.Si

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

2017

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image* dan *Word of Mouth* (WOM) terhadap minat beli *smartphone* Samsung pada Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Andalas. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Magister Manajemen Universitas Negeri Padang Andalas yang sudah mengetahui informasi tentang *smartphone* Samsung. Sampel diambil dengan *purposive sampling* dengan menggunakan rumus *Hair, Black, Babin&Anderson*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan angket. Teknik analisis data yang dilakukan dengan analisis regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t atau (*t-test*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh signifikan terhadap minat beli *smartphone* Samsung pada mahasiswa Magister Manajemen Universitas Andalas.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Word of Mouth* (WOM), dan Minat Beli.

