

## ABSTRAKSI

Sealsvita Dewi Husnul Khotimah, Nomor Induk Mahasiswa 152170011, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian “Pengaruh Citra Merek dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Beli pada *Smartphone* Merek Apple”. Dosen Pembimbing Humam Santosa Utomo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan pengaruh sosial terhadap minat beli pada *smartphone* merek Apple. Populasi penelitian ini adalah individu yang mengetahui *smartphone* merek Apple di Yogyakarta. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 69 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensial dengan metode analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian membuktikan pengujian secara parsial Citra Merek ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) dengan t-hitung sebesar 3,972 dan nilai sig sebesar 0,000, sedangkan Pengaruh Sosial ( $X_2$ ) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Minat beli (Y) dengan t-hitung sebesar 1,526 dan nilai sig sebesar 0,132. Sementara itu, hasil pengujian secara simultan membuktikan bahwa Citra Merek ( $X_1$ ) dan Pengaruh Sosial ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) dengan nilai F-hitung sebesar 14,208 dan nilai sig. sebesar 0,000.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan Apple diharapkan lebih memperkuat faktor pengaruh sosial melalui orang-orang yang dihormati lebih baik lagi agar dapat meningkatkan minat beli *smartphone* merek Apple di masa yang akan datang.

**Kata kunci:** Citra Merek, Pengaruh Sosial, Minat Beli