

**PENGARUH *BRAND CREDIBILITY*, *BRAND PRESTIGE*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
SMARTPHONE IPHONE
(Survei pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta)**

Nina Mardati Lusian
141190226

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
Ucik.lucian@gmail.com
08112631431

ABSTRAKS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand credibility*, *brand prestige*, dan *online customer review* terhadap minat beli pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang merupakan konsumen produk Smartphone iPhone. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang merupakan konsumen produk Smartphone iPhone. Pemilihan sampel menggunakan teknik sampel non probability sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu berupa kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama *brand credibility*, *brand prestige*, dan *online customer review* terhadap minat beli. *Brand Credibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. *Brand Prestige* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: *Brand Credibility*, *Brand Prestige*, *Online Customer Review*, Minat Beli