

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya brand image nokia terhadap minat beli konsumen.

Permasalahan penelitian, yakni sejauhmana pengaruh brand image nokia terhadap minat beli masyarakat di Komplek Asrama Brimob Medan. Sedangkan tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauhmana pengaruh brand image nokia terhadap minat beli masyarakat di Komplek Asrama Brimob Medan.

Populasi penelitian ini masyarakat di Komplek Asrama Brimob Medan, sedangkan sampel dalam penelitian diambil sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan angket. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan rumus regresi.

Hasil analisis data diperoleh nilai $r^2 = 0,157$ dengan nilai $F = 19,404$ dan $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Brand Image memberikan sumbangan efektif sebesar 15,7% terhadap Minat Beli. Hasil penelitian tambahan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan Minat Beli yang signifikan jika ditinjau dari usia. Namun, tidak ada perbedaan Minat Beli yang signifikan jika ditinjau dari jenis kelamin dan status pendidikan.

