

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT BELI *HANDPHONE* XIAOMI
(Studi pada Pengguna Facebook dalam Grup MiFans Indonesia)**

ABSTRAK

Oleh:

Rena Nur Habibah

1361206

Dosen Pembimbing

Indra Kurniawan S.Sos MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* (X_1) terhadap minat beli (Y) dan persepsi harga (X_2) terhadap minat beli (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 100 responden yang mempunyai minat beli *handphone* XiaoMi. dengan metode *non probability sampling* serta teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian ini menggunakan angket dan dianalisis menggunakan analisis SPSS-21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli (Y) dan Persepsi harga (X_2) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat beli (Y).

Kata kunci : *electronic word of mouth, persepsi harga, minat beli*

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT BELI *HANDPHONE XIAOMI*
(Studi pada Pengguna Facebook dalam Grup MiFans Indonesia)**

ABSTRAK

Oleh:

Rena Nur Habibah

1361206

Dosen Pembimbing

Indra Kurniawan S.Sos MM.

This study aims to determine the effect of electronic word of mouth (X1) on buying interest (Y) and price perceptions (X2) on buying interest (Y). This research uses quantitative approach. The sample of this research is 100 respondents who have interest buy XiaoMi mobile phone. with non probability sampling method and purposive sampling technique. The instrument of this study was used and analyzed using SPSS-21 analysis. The results of this study indicate that electronic word of mouth (X1) has a significant influence on buying interest (Y) and Price Perceptions (X2) has an influence and signifies on buying interest (Y).

Keywords: electronic word of mouth, price perception, buying interest