

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, dan *country of origin* terhadap minat beli *smartphone* Samsung. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga, promosi, dan *country of origin* sebagai variabel independen, serta minat beli sebagai variabel dependen.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang merupakan masyarakat Semarang yaitu orang yang saat ini sedang menggunakan *smartphone* Samsung dan orang yang pernah menggunakan *smartphone* Samsung. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Adapun metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, promosi, dan *country of origin* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *minat beli*. *Country of origin* menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling tinggi, kemudian diikuti variabel promosi, dan harga.

Kata Kunci : Harga, Promosi, *Country Of Origin*, Minat Beli