

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, persepsi kualitas dan harga terhadap minat beli ponsel Nexian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Diponegoro. Sampel diambil dengan metode *purposive sampling* sebanyak 99 responden.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap mahasiswa Universitas Diponegoro. Survei dilakukan dengan cara menyebar kuesioner. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen terdiri dari *brand awareness*, persepsi kualitas, dan harga. Sedangkan variabel dependennya adalah minat beli. Data dianalisis menggunakan regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada satu variabel yang tidak berpengaruh terhadap minat beli ponsel Nexian yaitu harga. Sedangkan variabel yang lain yaitu *brand awareness* dan persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap minat beli. Hasil uji regresi tersebut adalah  $Y = 0,2559X_1 + 0,534X_2$ . Berdasarkan hasil analisis data statistik diperoleh bahwa indikator-indikator pada penelitian bersifat realibel dan valid. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas dari multikolonieritas, tidak heteroskedasitas, dan model regresi terdistribusi normal.

Kata kunci : *brand awareness*, perepsi kualitas, harga, minat beli.