

ABSTRAK

Adi Rizki Fadilah, NIM 3402220244. "Pengaruh Garansi Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli (Studi Pada Generasi Z Pengguna Smartphone OPPO di Phoenix Cell Ciamis)." Di bawah bimbingan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Enjang Nursolih, S.H., M.M. (Pembimbing II).

Meningkatnya persaingan dalam industri smartphone menuntut setiap perusahaan untuk mampu menciptakan keunggulan yang dapat menarik minat beli konsumen. Garansi produk dan kepercayaan merek dinilai sebagai faktor yang dapat memengaruhi minat konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk. Smartphone OPPO sebagai salah satu merek yang banyak digunakan oleh Generasi Z diharapkan mampu memberikan jaminan produk yang baik dan memperkuat kepercayaan merek sebagai upaya meningkatkan minat beli konsumen. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh garansi produk dan kepercayaan merek terhadap minat beli pada Generasi Z pengguna smartphone OPPO di Phoenix Cell Ciamis. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: Pengaruh Garansi Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli pada Generasi Z Pengguna Smartphone OPPO di Phoenix Cell Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 181 konsumen Generasi Z pengguna Smartphone OPPO di Phoenix Cell Ciamis, dengan jumlah sampel sebanyak 64 responden yang ditentukan menggunakan teknik random sampling. Teknik analisis data yang digunakan meliputi Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Koefisien Determinasi, Uji t, Analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis Regresi Linier Berganda, Determinasi Berganda, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, dan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Garansi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,826, koefisien determinasi sebesar 68,23%, dan nilai t hitung sebesar 11,539. Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,817, koefisien determinasi sebesar 66,75%, dan nilai t hitung sebesar 11,140. Selanjutnya, Garansi Produk dan Kepercayaan Merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,869, nilai Adjusted R Square sebesar 0,746, serta nilai F hitung sebesar 93,753 dengan tingkat signifikansi $<0,001$ ($<0,05$). Berdasarkan hasil penelitian tersebut, disarankan agar OPPO terus meningkatkan kualitas layanan garansi, khususnya pada aspek durasi garansi, serta mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek melalui kualitas produk dan pelayanan yang konsisten sehingga dapat meningkatkan Minat Beli konsumen terhadap Smartphone OPPO.

Kata Kunci: Garansi Produk, Kepercayaan Merek dan Minat Beli