

Suci Alifiani. NPM : 91711404122044. **Pengaruh Persepsi Harga Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Beli Produk Internet Indihome.** Dibimbing oleh Bapak Adolf O.S Lubalu dan Ibu Ni Kadek Sriwati

## ABSTRAK

Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Beli Pada Produk Internet Indihome di Kota Poso, untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Internet Indihome di Kota Poso, untuk mengetahui Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Beli Pada Produk Internet Indihome di Kota Poso. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner terhadap objek yang berkaitan dengan penelitian ini. Sampel dalam penelitian adalah 40 orang konsumen produk internet indihome Poso. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga (X1) dan Reputasi Perusahaan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y), secara parsial Persepsi Harga (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y), dan Reputasi Perusahaan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Pada Produk Internet Indihome.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Reputasi Perusahaan, dan Minat Beli.

