

ABSTRAK

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP
CINTA MEREK DAN BERDAMPAK PADA
KESEDIAAN KONSUMEN UNTUK MEMBAYAR DENGAN HARGA
YANG LEBIH TINGGI
(Kasus Pada Pengguna *Smartphone* Samsung di Indonesia)**

Oleh:

NABILA ZAHRANNISA

NPM. 193402003

Pembimbing I : H. Kartawan
Pembimbing II : Andina Eka Mandasari

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana peran cinta merek dalam memediasi inovasi produk dan kesediaan konsumen untuk dapat membayar dengan harga yang lebih tinggi. Penelitian ini dirancang sebagai *survey method* dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada 180 responden yang merupakan pengguna *smartphone* Samsung di Indonesia dan sudah lebih dari 1 kali, berusia lebih dari 18 tahun, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh terhadap cinta merek dan berdampak pada kesediaan konsumen untuk dapat membayar dengan harga yang lebih tinggi.

Kata Kunci: Inovasi produk, Cinta merek, Kesediaan Konsumen untuk dapat Membayar dengan Harga yang lebih Tinggi.