

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *product attributes*, *brand name*, *product price*, dan *social influence* terhadap *purchase intention Android smartphone* di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *software LISREL 8.7*. Sampel dari penelitian ini dipilih menggunakan teknik *non probability sampling*, dan *convenience sampling*, karakteristik populasi yang dituju adalah pria dan wanita yang berdomisili di Surabaya dengan pendidikan minimal SMA, yang membeli dan menggunakan *Android smartphone* minimal dalam 3 bulan terakhir. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *product attributes* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention Android smartphone* di Surabaya. (2) *Brand name* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention Android smartphone* di Surabaya. (3) *Product price* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention Android smartphone* di Surabaya. (4) *Social influence* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention Android smartphone* di Surabaya.

*Keywords* : *product attributes*, *brand name*, *product price*, *social influence*, *purchase intention*, *Android smartphone*.