

## 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.**