**ABSTRAK**

Sambodhi Sudhodhana / 21140351 / 2019 / Pengaruh *Perceived Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Produk *Smartphone* Samsung Galaxy Note 9 Di Wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara / Pembimbing: Dr. Bilson Simamora M.M.

Perkembangan teknologi membuat seseorang lebih mudah untuk melakukan aktivitas mereka setiap hari dan dapat menghemat waktu yang cukup banyak. Hal tersebut menyebabkan banyak perusahaan membuat produk dan merek yang bervariasi dengan ciri khas dan keunikan perusahaan tersebut. Contoh produk dengan teknologi canggih adalah *smartphone*, *laptop*, *computer*, dan *tablet*.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah pengertian dari *Perceived Quality* dan Minat Beli Ulang. Kemudian didukung oleh teori mengenai pengaruh *Perceived Quality* terhadap Minat Beli Ulang.

Objek penelitian ini adalah *Smartphone* Samsung Galaxy Note 9. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dan pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Kuesioner disebarkan via *online* melalui media *Google Docs* kepada 104 orang responden yang mengetahui atau menggunakan produk *smartphone* Samsung Galaxy Note 9. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah Analisis Regresi Linear menggunakan *software* SPSS 25.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Quality* berpengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Saran penulis adalah *Perceived Quality* yang dimiliki *smartphone* Samsung Galaxy Note 9 perlu dijaga dan dipelihara agar tidak menurun, karena hal ini dapat meningkatkan nilai Minat Beli Ulang

Kata kunci : *Perceived Quality*, Minat Beli Ulang