

ABSTRAK

Gusti Melisa Aprilyana. 2017. *Pengaruh Perceived Value, Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Kartu Prabayar Telkomsel Di Konter Juragan Phone Card Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (I) : Drs. Nispan Rahmi, M. Ag

Kata Kunci: *Perceived Value, Trust, Minat Beli*

Penelitian ini dilatarbelakangi dari semakin bertambahnya jumlah perusahaan operator seluler di Indonesia, maka mengakibatkan persaingan antar perusahaan operator telepon seluler untuk memperoleh dan mempertahankan konsumen semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari *perceived value, trust* terhadap minat beli konsumen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan bersifat kuantitatif dengan menggunakan pengumpulan data berupa kuesioner. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria konsumen yang berumur diatas 15 tahun dan sudah membeli lebih dari dua kali.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived value* dan *trust* berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen di konter juragan phone card Banjarmasin dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($35,126 > 3,09$). *Trust* menjadi variabel yang paling dominan memberikan pengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,518 > 1,660$).