

Mohammad Iqbal Chairunsyah. 10220948

Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kopi Kenangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Angkatan Tahun 2020 Universitas Gunadarma Depok Jurusan S1 Manajemen)

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2023

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli kopi kenangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Angkatan Tahun 2020 Universitas Gunadarma Depok Jurusan S1 Manajemen).

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas, uji reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, regresi linier berganda, uji T, uji F dan koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrument kuesioner berupa google form dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji T variabel promosi dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli kopi kenangan sedangkan variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap minat beli kopi kenangan. Hasil uji F variabel citra merek, promosi, dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli kopi kenangan

Kata Kunci: *Citra merek, Promosi, Kualitas Produk, Minat beli*

(xii + 64 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2012 - 2022)