

Nadiyah Salsabilah. 14219633

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN *LOVESICK COFFEE*.**

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma 2022.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen secara parsial dan simultan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan data primer dan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebesar 100 responden melalui kuesioner. Tahap Uji yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, uji analisis linier berganda, koefisien determinasi, uji T dan Uji F dengan menggunakan alat bantu pengujian spps v25.

Dari hasil analisis data menyatakan bahwa variabel bebas yaitu harga, promosi dan kualitas produk memiliki indikator masing-masing yang saling berkaitan baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat beli konsumen. Hasil dari perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda $Y = 1,783$ (Minat Beli Konsumen) + $X_1 = 0,100$ (Harga) + $X_2 = 0,381$ (Promosi) + $X_3 = 0,402$ (Kualitas Produk).

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Produk dan Minat Beli Konsumen.

(X + 56 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2001-2021)