

ABSTRACT

This thesis aims to determine how much influence the perception of price, promotion and distribution to the consumer buying interest on peanut of Mayasi in PT.Manohara Asri at outlet Hypermart and Foodmart in Jabodetabek. The method used in this research is descriptive research method with data collection through literature study, questionnaires and qualitative methods of data analysis. From the results of this research is that perception price, promotion, and distribution simultaneously affect consumer buying interest on peanut of Mayasi in PT.Manohara Asri at outlet Hypermart and Foodmart on Jabodetabek.

Keywords: Perceptions of Price, Promotion, Distribution, Buying interest



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Tesis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari persepsi harga, promosi dan distribusi terhadap minat beli pada konsumen kacang mayasi di PT Manohara Asri pada outlet hypermart dan foodmart di Jabodetabek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka, penyebaran kuisioner dan metode analisis data secara kualitatif. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara simultan persepsi harga, promosi, dan distribusi berpengaruh terhadap minat beli konsumen kacang mayasi di PT Manohara Asri pada konsumen Hypermart dan Foodmart sejabodetabek.

Kata kunci : Persepsi Harga, Promosi, Distribusi, Minat Beli



UNIVERSITAS
MERCU BUANA