

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat menjadi Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Attaqwa. Data penelitian menggunakan kuesioner yang ditujukan untuk siswa-siswi Madrasah Aliyah Attaqwa kelas 12 pada akhir tahun 2015. Metode sampling yang digunakan adalah probability sampling. Dari populasi 342 siswa-siswi Madrasah Aliyah Attaqwa kelas 12, 210 siswa terpilih menjadi sampel penelitian. Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan Produk dan Promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat menjadi Mahasiswa STAI Attaqwa. Secara Parsial Produk dan Promosi berpengaruh signifikan positif. Variabel Harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat menjadi Mahasiswa STAI Attaqwa. Promosi merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap Minat menjadi Mahasiswa STAI Attaqwa.

Kata kunci : *Produk, Harga, Promosi, Minat Beli, STAI Attaqwa*



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of Product, Price and Promotion of the Interests become Islamic High School Students (STAI) Attaqwa . The research data derived from primary data that is processed authors and secondary data obtained from the archives of STAI Attaqwa years 2012-2015. This method of sampling used was probability sampling. From a population of 342 students of Madrasah Aliyah 12 graders Attaqwa, 210 was selected as sample . The analysis method used in this research is multiple linear regression. The results showed Products and Promotions together (simultaneously) significantly affect the STAI Student Interests become Attaqwa. Partial Products and Promotions positive significant effect. Variable Price not significant influence on student interest into STAI Attaqwa. Promotion is the variable that most influence on student interest into STAI Attaqwa .

Keywords : Product, Price, Promotion, Intention to Buy, STAI Attaqwa

