

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli. Objek penelitian ini dilakukan pada salah satu produk mobil MPV yaitu Toyota Avanza. Data yang digunakan adalah data primer menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode purposive sampling dan instrument penelitian adalah kuesioner. Data dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 23 untuk menguji semua pengaruh antara variabel kualitas produk dan promosi terhadap minat beli. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi dan Minat Beli.



ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of product quality and promotion of purchase intention. The object of this research was carried out on one of the MPV products, the Toyota Avanza. The data used are primary data using a sample of 100 respondents. Methods of data collection using a purposive sampling method and research instruments are questionnaires. Data were analyzed using IBM SPSS Statistics 23 application to test all influences between quality product and promotion of purchase intention. The results of this study indicate that quality product and promotion have a significant effect on purchase intention.

Keywords : Product Quality, Promotion, Purchase Intention.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA