

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Produk terhadap Minat beli. Objek penelitian adalah Minat Beli sepeda motor Honda Beat. Variabel independen yang didapatkan dari penelitian terhadulu adalah promosi penjualan, kualitas produk. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif, uji instrument, dan SEM dengan pengolahan menggunakan PLS. Populasinya adalah penduduk berwilayah tinggal di Tangerang Selatan, dengan sampel 85 responden. Hasil pengujian data dengan menggunakan software Smart-PLS v3.2.9. Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung kepada Minat Beli sepeda motor Honda Beat, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara langsung kepada Minat Beli sepeda motor Honda Beat.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kualitas Produk, Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Sales Promotion and Product Quality on Purchase Intentions. The object of research is the intention to buy a Honda Beat motorbike. The independent variables obtained from the first research are Sales promotion, Product Quality. This study uses descriptive data analysis techniques, test instruments, and SEM with processing using PLS. The population is residents living in South Tangerang, with a sample of 85 respondents. The results of data testing using the Smart-PLS v3.2.9 software. In general, the results of this study indicate that Sales Promotion has a direct positive and significant effect on Buying Interest for Honda Beat motorcycles, Product Quality has a positive and direct significant effect on Buying Interest for Honda Beat motorcycles.

Keywords : Sales Promotion, Product Quality, Buying Interest

UNIVERSITAS
MERCU BUANA