

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyse the effect of price, quality product, and promotion on buying interest ornamental plants. The data used is sourced from millennial garden consumer who have purchased and potential buyer by using purposive sampling with a total one hundred in the selection of respondents. Data processing methods using multiple linear regression. The results of this study are partial shows that prices have no significant effect on buying interest, quality product has on significant effect on buying interest, and promotion has on significant effect on buying interest.

Keyword: Price, Product Quality, Promotion and buying interest



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap minat beli tanaman hias. Data yang di gunakan bersumber dari konsumen milenial garden yang telah membeli dan calon pembeli dengan menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah seratus dalam pemilihan responden. Metode pengolahan data menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Minat beli



UNIVERSITAS
MERCU BUANA