

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Beli Produk Kedai Sankopi. Subjek pada penelitian ini adalah *Customer* yang membeli produk Kedai Sankopi. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah Data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 63 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan menggunakan cara *Accidental Sampling*. pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah dengan *SPSS Statistics 22*. Penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dan Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Dan nilai pada uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.681. Angka ini menunjukkan bahwa Minat Beli mampu dijelaskan oleh faktor Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi sebesar 68,1%, sedangkan sisanya 11.9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang kemungkinan bisa memberi pengaruh yang lebih besar terhadap Minat Beli Produk Kedai Sankopi.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Promosi, Lokasi dan Minat Beli

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, promotion and location on the purchase intention of Kedai Sankopi's products. The subjects in this study are customers who buy Kedai Sankopi products. The data used in this study are primary data obtained from distributing questionnaires. The sample used in this study were 63 respondents. The sampling technique used nonprobability sampling by using Accidental Sampling. data collection using a questionnaire processed with SPSS Statistics 22. This study proves that Product Quality has a positive and significant influence on Purchase Intention, Promotion has a positive and significant influence on Purchase Intention and Location has a positive and significant influence on Purchase Intention. And the value on the Coefficient of Determination test ( $R^2$ ) is 0.681. This figure shows that Buying Intentions can be explained by Product Quality, Promotion and Location factors of 68.1%, while the remaining 11.9% is explained by other factors that might have a greater influence on Buying Interests for Kedai Sankopi products.

**Keywords: Product Quality, Promotion, Location and Purchase Intention**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA