

## ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang faktor yang mempengaruhi minat beli produk Teh Celup Sariwangi dengan variabel inovasi produk, citra merek, promosi dan harga. Subjek penelitian ini adalah konsumen Teh Celup Sariwangi. Penelitian ini dilakukan terhadap 160 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart-PLS*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Teh Celup Sariwangi.

**Kata Kunci:** *Inovasi Produk, Citra Merek, Promosi, Harga Minat Beli.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This study examines the factors that influence customer buying to interest consumer Teh Celup Sariwangi with the variables Product Innovation, Brand image, Promotion and Price. The object of this research is consumer Teh Celup Sariwangi. This study was conducted on 160 respondents using a quantitative descriptive approach. The approach used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with a Smart-PLS analysis tool. The results of this study show that the variables of product innovation have a positive significant effect on buying to interest, brand image have a positive significant effect on buying to interest, promotion have a positive significant effect on buying to interest and price have a positive significant effect on buying to interest consumer at Teh Celup Sariwangi.*

**Keywords:** *Product Innovation, Brand Image, Promotion, Price, Buying to Interest.*

