

ABSTRAK

Penelitian ini menguji tentang kepercayaan, variasi produk, promosi penjualan yang mempengaruhi minat pembelian pada Toko Surya Florist. Penelitian ini dilakukan terhadap 112 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart-PLS*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian, variasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian pada konsumen Toko Surya Florist.

Kata Kunci: *Kepercayaan, Variasi Produk, Promosi Penjualan, Minat Pembelian.*



ABSTRACT

This study examines trust, product variations, sales promotion that influence customer buying to interest. This study was conducted on 112 respondents using a quantitative descriptive approach. The data analysis method 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 trust have a positive significant effect on consumer buying to interest, product variations have a positive significant effect on consumer buying to interest and sales promotion have a positive significant effect on consumer buying to interest at Toko Surya Florist.

Keywords: Trust, Product Variations, Sales Promotion, Buying to Interest.

