

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and promotion of buying interest in products Queenbeer. Street, Taman Aster Block.BV/10, Grand Galaxy City, Bekasi.

Queenbeer who became the sample in this study. The independent variable in this research is product quality and promotion. The dependent variable is buying interest. The analysis method used is multiple linear regression analysis. In this study the authors conducted an analysis of data collected with the help of SPSS for Window version 16.0.

The results of research showed that all variables of product quality, promotion and buying interest are in good category. Based on the results of questionnaire management, showed that the quality of products and promotions affect the buying interest of 0.488 or 48.8% and the rest of 51.2% explained by other causes beyond the model or buying interest is influenced by other variables not examined in this study.

While the hypothesis test produces tcount value of product quality variable tcount 6,169 with sig 0,000 and promotion variable with tcount 2,713 with sig 0,008. The Fcount is 46,288 with significant 0.000. Because Fcount 46.288 > Ftable 3.09 Indicates that Ho is rejected and Ha accepted. So it can be concluded that the quality of products and promotion proved to have a positive and significant impact on buying interest.

Keywords : Product Quality, Promotion And Buying Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli pada produk Queenbeer, Jalan Taman Aster Block.BV/10, *Grand Galaxy City*, Bekasi.

Uji coba instrumen dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 konsumen pada Queenbeer yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Adapun variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas produk dan promosi. Adapun variabel dependen yaitu minat beli. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pada penelitian ini penulis melakukan analisis terhadap data yang dikumpulkan dengan bantuan *SPSS for Window version 16.0*.

Hasil penelitian penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel yaitu kualitas produk, promosi dan minat beli berada pada kategori baik. Berdasarkan hasil pengelolaan kuesioner, menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap minat beli sebesar 0.488 atau 48.8% dan sisanya sebesar sebesar 51.2% dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model atau minat beli dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sedangkan uji hipotesis menghasilkan nilai thitung variabel kualitas produk nilai thitung 6,169 dengan sig 0,000 dan variabel promosi dengan nilai thitung 2,713 dengan sig 0,008. Nilai Fhitung sebesar 46,288 dengan signifikan 0,000. Karena Fhitung 46,288 > Ftabel 3,09 Menunjukan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat di simpulkan bahwa kualitas produk dan promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi Dan Minat Beli