

ABSTRAK

Kualitas produk, harga dan strategi promosi merupakan faktor penentu pada minat beli, dan kinerja pemasaran sering dilihat dari bagaimana penerapan kualitas produk, harga dan strategi promosi diimplementasikan oleh suatu perusahaan agar para pengunjung memiliki minat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan strategi promosi terhadap minat beli pada produk Persebaya Store di Nginden Semolo Kota Surabaya. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengunjung Persebaya Store di Nginden Semolo Kota Surabaya yang belum pernah melakukan pembelian produk Persebaya Store dengan besar sampel yang diambil sebanyak 98 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan pengambilan sampel menggunakan sampling incidental. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli, harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan strategi promosi berpengaruh terhadap minat beli.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi, Minat Beli.

ABSTRACT

Product quality, price and promotion strategies are determinants of buying interest, and marketing performance is often seen from how the application of product quality, price and promotion strategies are implemented by a company so that visitors have an interest in buying products offered by the company.

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price, and promotion strategies on buying interest in Persebaya Store products in Nginden Semolo, Surabaya. The research method uses quantitative methods. The population used in this study were Persebaya Store visitors in Nginden Semolo Surabaya City who had never purchased Persebaya Store products with a sample size of 98 respondents. Data collection techniques using questionnaires and sampling using incidental sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with SPSS (Statistical Product and Service Solution).

The results showed that product quality has a significant effect on buying interest, price has a significant effect on buying interest and promotional strategies have an effect on buying interest.

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion Strategy, Purchase Interest.*