

ABSTRAK

Nur Fatniar, 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Amanda Brownies Alauddin kota Makassar (Pembimbing I Moh. Aris Pasigai, Pembimbing II Nasrullah).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen pada bisnis Kuliner. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pada variabel bebas yaitu kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Promosi Penjualan (X3) dan Variabel Terikat Minat Beli Konsumen (Y). Objek penelitian ini adalah semua konsumen yang berkunjung selama dua bulan penelitian yang dilaksanakan pada toko Amanda Brownies, dengan populasi 250 dan sampel sebanyak 72 responden, teknik penentuan sampel menggunakan rumus teori slovin. Metode analisis data menggunakan bantuan SPSS versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen, Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen, dan Promosi Penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada Bisnis Kuliner.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi penjualan, dan minat Beli Konsumen



ABSTRACT

Nur Fatniar, 2019, The Influence of Service Delivery Quality, Product Quality and Sales Promotion on Consumer Purchasing Interests in Amanda Brownies Alauddin Makassar City (Advisor I Moh. Aris Pasigai, Supervisor II Nasrullah).

The purpose of this study was to determine the effect of Service Delivery Quality, Product Quality and Sales Promotion on Consumer Buying Interest in the Culinary business. The research method used is a quantitative method. Instrument for collecting data using a questionnaire. On the independent variables namely Service Delivery Quality (X1), Product Quality (X2), Sales Promotion (X3) and Variables Bound to Consumer Buying Interest (Y). The object of this study was all consumers who visited for two months of research conducted at Amanda Brownies store, with a population of 250 and a sample of 72 respondents, the sampling technique used Slovin theory formula. The method of data analysis using SPSS version 21. The results showed that Service Quality partially had a positive and significant effect on Consumer Buying Interest, Product Quality partially had a positive and significant effect on Consumer Buying Interest, and Sales Promotion partially had a positive and significant effect. on Buy Consumer Interest on Culinary Business.

Keywords : Service Delivery Quality, Product Quality, Sales Promotion, and Consumer Purchasing Interest

