

**PENGARUH MEREK, PROMOSI PENJUALAN DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI KOPI DI KOPI KENANGAN
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNPRI ANGKATAN 2021)**

Evelyn Felicia, Jocelyn, Selvina Kok
Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Kopi Kenangan telah berkembang menjadi makanan dan minuman retail dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia. Kuantitatif sebagai metode yang digunakan dan dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel convenience digunakan untuk mengumpulkan 97 responden. Metode pengumpulan data, termasuk kuesioner, wawancara, dan dokumentasi serta analisis regresi linear berganda sebagai analisa data. Hasil perhitungan hipotesis menggambarkan Merek, promosi penjualan berpengaruh terhadap minat belik baik secara invidual maupun serempak.

Kata kunci: Merek, Promosi Penjualan, Lokasi, Minat Beli Kopi

ABSTRACT

Kopi Kenangan has developed into the fastest growing food and beverage retailer in Indonesia. Quantitative as the method used and in this study, convenience sampling technique was used to collect 97 respondents. Data collection methods, including questionnaires, interviews, and documentation and multiple linear regression analysis as data analysis. The results of the hypothesis calculation illustrate Brand, sales promotion has an effect on buying interest both partially and simultaneously...

Keywords: Brand, Sales Promotion, Location, Purchase Intention