

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DISKON TERHADAP MINAT PEMBELIAN KOPI KENANGAN PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA

Mhd Farhan Rizki Lubis¹, Wahida Nur Humairoh², Angel Margaretha
Hutasoit³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia^{1,2,3}

Email : farhanrizky105@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Diskon Terhadap Minat Pembelian Kopi Kenangan Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Prima Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang bersifat *explanatory research*. Populasi penelitian ini adalah konsumen dari Mahasiswa Psikologi Univeritas Prima Indonesia yang melakukan pembelian di Kopi Kenangan, Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian uji f dimana $f_{hitung} 80.490 > f_{tabel} 2.70$ dengan tingkat signifikan $< 0,05$ menunjukkan secara simultan Harga, Kualitas Produk, dan Diskon secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Kopi Kenangan. Hasil penelitian uji t dimana Harga yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Kopi Kenangan, Kualitas Produk yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Kopi Kenangan dan Diskon yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Kopi Kenangan. Hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R²* sebesar 0.707, artinya variasi variabel Influencer, Harga dan *Content Marketing* adalah sebesar 70.7%, sedangkan sisanya sebesar 29.3% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Diskon, Minat Beli