

**Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap
Minat Beli Toyota Agya Pada Setiajaya
Mobilindo Margonda Depok**

Oleh

Handi Indra Purnama

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Setiajaya Mobilindo Margonda Depok. Ukuran sampel diambil sebanyak 40 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis) *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,469. (2) kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,285. (3) harga memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,223.

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

***The Influence of Promotion, Quality Product, and Price on Purchase Intention
Toyota Agya at Setiajaya Mobilindo Margonda Depok***

By

Handi Indra Purnama

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the influence of promotion, quality product, and price on purchase intention. Population in this research is visitors of setiajaya mobilindo margonda Depok. The sample size was taken as many as 40 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) promotion has a significant influence on purchase intention with the coefficient value of 0,469. (2) quality product has significant influence on purchase intention with the coefficient value of 0,285. (3) price has a not significant influence on purchase intention with the coefficient value of 0,223.

Keywords: Promotion, Quality Product, Price, Purchase Intention.