

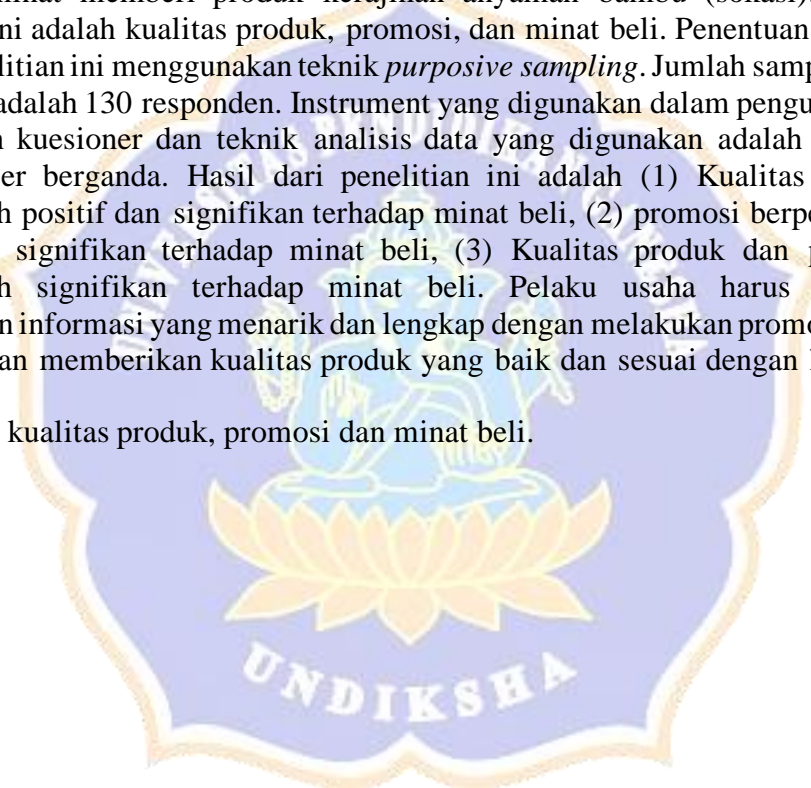
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KERAJINAN ANYAMAN BAMBU (SOKASI)

Oleh
I Ketut Teka Yasa, NIM 2017041232
Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli kerajinan anyaman bambu (sokasi), baik secara simultan dan secara parsial. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah memiliki minat memberi produk kerajinan anyaman bambu (sokasi). Objek penelitian ini adalah kualitas produk, promosi, dan minat beli. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 130 responden. Instrument yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (2) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (3) Kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Pelaku usaha harus mampu memberikan informasi yang menarik dan lengkap dengan melakukan promosi yang konsisten dan memberikan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, promosi dan minat beli.



**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON BUYING
INTEREST IN WOVEN BAMBOO CRAFTS (SOKASI)**

By
I Ketut Teka Yasa, NIM 2017041232
Department of Management

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of product quality and promotion on buying interest in woven bamboo crafts (sokasi), both simultaneously and partially. The research design used in this study is quantitative. The subjects in this study are consumers who have an interest in giving bamboo woven craft products (sokasi). The object of this research is product quality, promotion, and purchase intention. Determination of the sample in this study using purposive sampling technique. The number of samples used was 130 respondents. The instrument used in data collection is a questionnaire and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study are (1) Product quality has a positive and significant effect on buying interest, (2) promotion has a positive and significant effect on buying interest, (3) Product quality and promotion have a significant effect on buying interest. Business actors must be able to provide interesting and complete information by conducting consistent promotions and providing good product quality and in accordance with consumer expectations.

Keywords: product quality, promotion and purchase intention.

