

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KERAJINAN ANYAMAN BAMBU
DESA SIDETAPA**

Oleh

Dewa Putu Jerry Arianto, NIM 2117041156

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari promosi dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap minat beli konsumen dari kerajinan anyaman bambu *cup* lampu Desa Sidetapa. Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 110 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner serta teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Adapun hasil dalam penelitian ini adalah: (1) Ada pengaruh signifikan promosi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen dari kerajinan anyaman bambu *cup* lampu Desa Sidetapa; (2) Ada pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap minat beli konsumen dari kerajinan anyaman bambu *cup* lampu Desa Sidetapa; dan (3) Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap minat beli konsumen dari kerajinan anyaman bambu *cup* lampu Desa Sidetapa.

Kata-kata kunci: kualitas produk, minat beli, promosi.

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KERAJINAN ANYAMAN BAMBU
DESA SIDETAPA**

By

Dewa Putu Jerry Arianto, NIM 2117041156

Management Departmen

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of promotion and product quality partially and simultaneously on consumer buying interest from woven bamboo cup lamp crafts in Sidetapa Village. The research design used in this study is causal quantitative. Determination of the sample of this study using purposive sampling technique. The number of samples used was 110 respondents. The instrument used in data collection is a questionnaire and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results in this study are: (1) There is a significant influence of promotion and product quality on consumer buying interest from woven bamboo cup lamp crafts in Sidetapa Village; (2) There is a positive and significant effect of promotion on consumer buying interest from woven bamboo cup lamp crafts in Sidetapa Village; and (3) There is a positive and significant effect of product quality on consumer buying interest from woven bamboo cup lamp crafts in Sidetapa Village.

Keywords: product quality, purchase intention, promotion.