

RINGKASAN

TRI PAMADE “ PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN JAMU (PJ) RATULANGI MEDAN “. Dibawah bimbingan (Drs.H.A Aziz Hasan, MM, sebagai Pembimbing I, dan Dhian Rosalina, SE, MM, sebagai Pembimbing II).

Didalam tulisan ini, masalah yang dihadapi adalah apakah promosi, harga dan produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Jamu (PJ). Ratulangi Medan?

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan produk terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Jamu (PJ). Ratulangi Medan. Jenis penelitian ini bersifat asosiatif, artinya ada keterkaitan antara promosi, harga dan produk terhadap minat beli konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang membeli produk Perusahaan Jamu (PJ). Ratulangi di Medan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden yang diambil secara simple random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS 15.00 for windows.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : Hasil Regresi = $Y = 0,038 X_1 + 0,494 X_2 + 0,305 X_3$, artinya Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel harga (0,494), diikuti oleh variabel produk (0,305) dan sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, karena koefisien variabel promosi sangat kecil hanya 0.038. Hasil uji t membuktikan bahwa dari semua variabel independen (promosi, harga dan produk) yang mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen pada Perusahaan Jamu (PJ). Ratulangi Medan hanya variabel harga dan produk, sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Jamu (PJ). Ratulangi Medan. Koefisien determinasi (adjusted R²) yang diperoleh sebesar 0,661. Hal ini berarti 66,1% minat beli dapat dijelaskan oleh variabel promosi, harga dan produk, sedangkan sisanya yaitu 33,9% minat beli dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Produk, Dan Minat Beli