

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price discounts and brand image on the purchase intention of Erigo products in PGRI Adi Buana University Management Students, Surabaya. The population used in this study was Management Students class 2018 with a total sample of 180 respondents. The method used in this research is multiple linear regression analysis. The research data was processed using Microsoft Excel and SPSS 25 software. The independent variables in this study were product quality (X1), price discounts (X2), and brand image (X3). The dependent variable used in this study is buying interest (Y). The results of this study indicate that product quality, price discounts and brand image have a simultaneous effect on buying interest. Variables of product quality, price discounts and brand image also have a partial influence on buying interest.

Keywords: Product Quality, Discounts, Brand Image and Buying Interest

ABSTAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk, potongan harga dan citra merek terhadap Minat Beli produk Erigo pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen angkatan 2018 dengan total sampel sebanyak 180 responden. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Data penelitian ini diolah dengan menggunakan Microsoft Excel dan Software SPSS 25. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), potongan harga (X2), dan Citra merek (X3). Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini adalah minat beli(Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, potongan harga dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap minat beli. Variabel kualitas produk, potongan harga dan citra merek juga memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat beli. *Kata Kunci: Kualitas Produk, Potongan Harga, Citra Merek dan Minat Beli.*