

## ABSTRAK

Minat beli konsumen ialah perilaku konsumen untuk membeli maupun memiliki produk yang diinginkan. Minat beli sangat berpengaruh dalam menjalankan sebuah bisnis terutama cafe. Karena jika minat beli suatu café tinggi maka dapat meningkatkan penjualan tempat tersebut. Tujuan dari dilaksanakan penelitian untuk menguji adanya pengaruh kualitas produk, harga dan promosi pada minat beli konsumen café Kopi Konco di Prambon. Penelitian ini dilaksanakan di Café Kopi Konco di Prambon Sidoarjo. Sampel yang dipergunakan penelitian ini yakni 108 responden dengan cara pengambilan datanya menyebarkan kuisisioner pada konsumen café tersebut dan menggunakan skala linkert sebanyak 5 poin untuk mengukur 4 indikator kualitas produk, 3 indikator harga dan 2 indikator promosi. Teknik analisis yang digunakan penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil yang didapat ialah kualitas produk berpengaruh secara tidak signifikan terhadap minat beli konsumen. Sedangkan harga dan promosi berpengaruh secara signifikan pada minat beli konsumen. Kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan pada minat beli konsumen café Kopi Konco di Prambon.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Minat Beli Konsumen

## **ABSTRACT**

*Consumer buying interest is the behavior of consumers to buy or have the desired product. Buying interest is very influential in running a business, especially a cafe. Because if the interest in buying a cafe is high, it can increase sales of the place. The purpose of this research is to examine the effect of product quality, price and promotion on consumer buying interest at Kopi Konco café in Prambon. This research was conducted at Café Kopi Konco in Prambon Sidoarjo. The sample used in this study was 108 respondents by collecting data by distributing questionnaires to the cafe consumers and using a 5-point linkert scale to measure 4 product quality indicators, 3 price indicators and 2 promotion indicators. The analytical technique used in this research is multiple linear regression. The results obtained are product quality has no significant effect on consumer buying interest. Meanwhile, price and promotion have a significant effect on consumer buying interest. Product quality, price and promotion have a simultaneous effect on consumer buying interest at Kopi Konco cafe in Prambon.*

*Keywords : product quality, price, promotion, consumer buying interest*