

## **ABSTRAK**

**Triana Sari Asih, NPM : 71210312051, Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap minat beli produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UISU), di bimbing oleh : Dr.HJ. Nilawati Nasti, S.E.,M.M sebagai Pembimbing I dan Julkarnain S.Ag.,S.E., M.M sebagai Pembimbing II**

Rumusan dalam penelitian ini apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli dan apakah Promosi berpengaruh terhadap minat beli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli produk Emina pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel penelitian terdiri dari 91 mahasiswa FEB UISU yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan secara online. Analisis data menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS. Pada variabel kualitas produk hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. nilai pengaruh parsial (0,540) dan t tabel (10,822) dan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ), variabel Promosi hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dapat di lihat dari nilai parsial (-162) dan nilai t-hitung (-1.709) dan nilai signifikan ( $0,091 > 0,05$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Emina.

Kata kunci Kualitas Produk, Promosi, Minat Beli

## **ABSTRACT**

***Triana Sari Asih, NPM: 71210312051, The Influence of Product Quality and Promotion on Purchase Intention of Emina Products (Case Study on FEB UISU Students), supervised by: Dr. HJ. Nilawati Nasti, S.E., M.M as Supervisor I and Julkarnain S.Ag., S.E., M.M as Supervisor II***

*The research questions in this study are whether Product Quality influences purchase intention and whether Promotion influences purchase intention. This study aims to analyze the influence of product quality and promotion on purchase intention of Emina products among students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of North Sumatra. The research method used is quantitative with a descriptive approach. The research sample consisted of 91 FEB UISU students selected using purposive sampling technique. Data collection was carried out through an online questionnaire. Data analysis used multiple linear regression method with SPSS software. In the product quality variable, the results of the study showed that it partially had a positive and significant effect on purchase interest. The partial influence value (0.540) and t table (10.822) and significant value ( $0.000 < 0.05$ ), the Promotion variable, the results of the study showed that it partially did not have a positive and significant effect on purchase interest. It can be seen from the partial value (-162) and the t-count value (-1.709) and significant value ( $0.091 > 0.05$ ). The results showed that product quality and promotion have a positive and significant effect on purchase intention of Emina products.*

***Keywords: Product Quality, Promotion, Purchase Intention***