

## ABSTRAK

### **PENGARUH IKLAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK NATURE REPUBLIC ALOEVERA GEL (STUDI KASUS DI ASRAMA MAHASISWI SYANTIKARA DAN ASRAMA PUTRI STELLA DUCE 1 YOGYAKARTA)**

Monalisa Giovani Sembiring  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah iklan, harga dan kualitas produk secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap minat beli produk Nature Republic *aloevera gel* di Asrama Mahasiswi Syantikara dan Asrama Putri Stella Duce 1 Yogyakarta. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sample*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan, harga dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi minat beli di Asrama Mahasiswi Syantikara dan Asrama Putri Stella Duce 1 Yogyakarta dan secara parsial iklan mempengaruhi minat beli produk Nature Republic *aloevera gel* di Asrama Putri Stella Duce 1 dan Asrama Mahasiswi Syantikara Yogyakarta, harga mempengaruhi minat beli di Asrama Putri Stella Duce 1 dan Asrama Mahasiswi Syantikara Yogyakarta serta kualitas produk mempengaruhi minat beli di Asrama Putri Stella Duce 1 dan Asrama Mahasiswi Syantikara Yogyakarta.

Kata Kunci : Iklan, Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli

## ABSTRACT

### **THE INFLUENCE OF ADVERTISING, PRICES AND QUALITY OF PRODUCTS TO BUYING INTEREST OF NATURE REPUBLIC ALOEVERA GEL (A study at Syantikara Dormitory and 1<sup>st</sup> Stella Duce Student Dormitory Yogyakarta)**

Monalisa Giovani Sembiring  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2019

This study aims to determine whether advertising, price and product quality simultaneously and partially influence buying interest of Nature Republic aloe vera gel product in Syantikara Dormitory and Stella Duce 1 Student Dormitory Yogyakarta. The number of samples in this study were 100 respondents. The sampling technique uses a purposive sample. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that advertising, price and product quality simultaneously and partially influenced buying interest of Nature Republic aloe vera gel product in Syantikara Dormitory and Stella Duce 1 Student Dormitory Yogyakarta.

Keywords: Advertising, Price, Product Quality, Buying Interest

