

ABSTRAK

PENGARUH MOTIVASI TERHADAP MINAT BELI PRODUK NAAVAGREEN NATURAL *SKIN CARE* Studi pada Mahasiswa 5 Universitas di Yogyakarta

Maulykha Sintha Christy Harianja
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Motivasi dan Minat beli produk Navaagreen *Skin Care* pada Mahasiswa 5 Universitas di Yogyakarta dan juga untuk mengetahui pengaruh variabel Motivasi terhadap Minat beli produk Navaagreen *Skin Care*. Jenis penelitian ini yang dilakukan adalah penelitian asosiatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria yang mengetahui Informasi klinik dan produk Navaagreen Skincare dan yang belum pernah melakukan pembelian. Penelitian ini menggunakan 106 responden. Teknik pengujian instrument dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji realibilitas, sedangkan analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Mayoritas responden adalah perempuan yang berusia 20-22 Tahun 2) Motivasi mahasiswa termasuk dalam kategori “Kuat” yang terdapat di dalam dimensi motivasi internal 3) Minat beli mahasiswa termasuk dalam kategori “Tinggi” 4) Motivasi berpengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci : Motivasi, dan Minat beli.

ABSTRACT

**THE EFFECT OF MOTIVATION ON INTEREST IN BUYING
NAAVAGREEN NATURAL *SKIN CARE* PRODUCTS
Study at 5 University Students in Yogyakarta**

Maulykha Sintha Christy Harianja
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2020

This study aims to find out the Motivation and Interest in buying Navaagreen *Skin Care* products at 5 University Students in Yogyakarta and also to find out the influence of Motivation variables on interest in buying Navaagreen *Skin care* products. This type of research conducted is associative research, sampling techniques used are purposive with criteria that know the information of clinics and products Navaagreen Skincare and who have never made a purchase. The study used 106 respondents. Instrument testing techniques in this study are validity test, reality test, while data analysis using classic assumption test, simple linear regression analysis and descriptive analysis. The results of this study showed that: 1) The majority of respondents are women aged 20-22 Years 2) Student motivation belongs to the category of "Strong" contained in the internal motivation dimension 3) Student buying interest belongs to the category of "High" 4) Motivation affects buying interest.

Keywords: Motivation, and Buying Interest.

