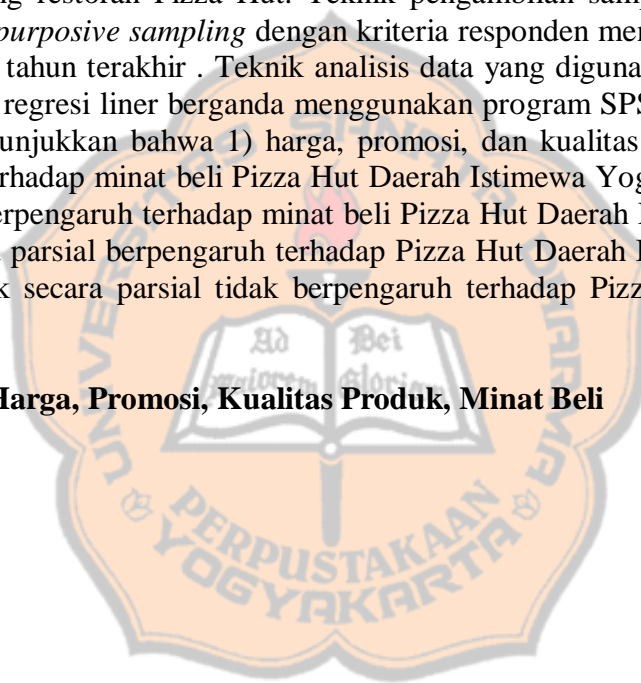


ABSTRAK**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PIZZA HUT DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Daniel Ivan Setiabudhi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli Pizza Hut di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah onsumen atau pengunjung restoran Pizza Hut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden mengunjungi restoran Pizza Hut minimal 1 tahun terakhir. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi liner berganda menggunakan program SPSS versi 25. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa 1) harga, promosi, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli Pizza Hut Daerah Istimewa Yogyakarta. 2) harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli Pizza Hut Daerah Istimewa Yogyakarta. 3) promosi secara parsial berpengaruh terhadap Pizza Hut Daerah Istimewa Yogyakarta. 4) kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Pizza Hut Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci : Harga, Promosi, Kualitas Produk, Minat Beli



ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION, AND PRODUCT QUALITY TOWARDS PIZZA PURCHASE INTEREST, YOGYAKARTA SPECIAL REGION

Daniel Ivan Setiabudhi
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2021

This study aims to determine the influence of price, promotion, and product quality towards purchase interest at Pizza Hut Yogyakarta. This type of research is a quantitative descriptive research. The population of the research is Pizza Hut consumers or visitors of the Special Region of Yogyakarta. The sampling technique in this study used purposive sampling with the criteria of respondents visiting Pizza Hut restaurants for at least the last 1 year. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis using the SPSS version 25 program. The results in the study show that 1) price, promotion, and product quality had a simultaneous influence on purchase interest in Pizza Hut Special Region of Yogyakarta. 2) the price had no partial influence on purchase interest in Pizza Hut Special Region of Yogyakarta. 3) promotion had a partial influence on purchase interest in Pizza Hut Special Region of Yogyakarta. 4) product quality had no partial influence on Pizza Hut Special Region of Yogyakarta.

Keywords: price, promotion, product quality, and purchase interest

