

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI SUSU KEKINIAN DENGAN MENGGUNAKAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

## **ABSTRAK**

**Abstract:** Drinking coffee has become a lifestyle for Indonesians, especially the millennial generation. Drinking coffee is no longer used to get rid of drowsiness, but has become an arena for socialization, which is reflected in the proliferation of cafes and shops selling drinks made from Indonesian coffee powder. The main purpose of this study is to analyze the effect of product quality, price, and promotion on buying interest which will influence the purchasing decision of contemporary milk coffee using a quantitative approach. The sampling technique used is convenience sampling. The sampling data used in this study amounted to 229 who were connoisseurs of contemporary milk coffee. Analysis of the data in this study using multiple linear regression and path analysis. The first step in processing the research results is to test the validity and reliability of the statement of each variable (product quality, price, promotion, buying interest, and purchase decision). The results of this study state that product quality variables affect buying interest, price affects buying interest, promotions affect buying interest, product quality affects purchasing decisions, price has no effect on purchasing decisions, promotions affect buying decisions, and buying interest has an effect on the decision to buy coffee milk today.

**Keywords:** product quality, price, promotion, interest, purchase decision

**Abstrak:** Minum kopi sudah menjadi gaya hidup bagi orang Indonesia terutama generasi milenial. Minum kopi sudah tidak lagi digunakan untuk menghilangkan rasa kantuk tapi sudah menjadi ajang sosialisasi yang tercemin dari menjamurnya kafe dan kedai-kedai penjual minuman dari seduhan bubuk kopi nusantara. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap minat beli yang akan mempengaruhi keputusan pembelian kopi susu kekinian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah convenience sampling. Data sampling yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 229 yang merupakan penikmat kopi susu kekinian. Analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dan analisa jalur. Langkah pertama dalam mengolah hasil penelitian adalah dengan menguji validitas dan realibilitas pernyataan setiap variabel (kualitas produk, harga, promosi, minat beli, dan keputusan pembelian). Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli, harga berpengaruh terhadap minat beli, promosi berpengaruh terhadap minat beli, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi susu kekinian.

**Kata Kunci:** kualitas produk, harga, promosi, minat, keputusan pembelian