

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat beli pada produk susu berkalsium yang baik untuk peningkatan masa tulang dan mengurangi potensi penyakit osteoporosis. PT Dexa Medica merupakan salah satu produsen susu berkalsium yang berdiri sejak tahun 1969, tersedia di beberapa provinsi, selain itu juga memproduksi produk farmasi dan produk dairy lainnya. Pada penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh dari *perceived quality*, *product quality*, dan *brand image* terhadap minat beli pada susu Produgen di Indonesia. Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas *perceived quality*, *product quality*, dan *brand image* sebagai variabel independen, serta minat beli sebagai variabel dependen.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang merupakan masyarakat yang berdomisili di Indonesia pernah melihat, memiliki keinginan membeli, dan atau pernah membeli produk susu Produgen. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan Teknik Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product quality* dan *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Sedangkan, *perceived quality* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli .

Kata kunci : *perceived quality*, *product quality*, *brand image*, minat beli