

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan *service quality* terhadap daya tarik produk serta dampaknya terhadap minat beli (studi pada jasa penerbangan Garuda Indonesia pada masyarakat di kota Semarang). Penelitian ini menggunakan dua variable independent yaitu Kualitas Produk dan *service quality*, variabel minat beli sebagai variabel dependent, kemudian variabel daya tarik produk sebagai variabel intervening.

Metode penelitian yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden dipilih menggunakan pertimbangan yaitu mengetahui jasa penerbangan Garuda Indonesia. Metode analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif terhadap daya tarik produk, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik produk, lalu daya tarik produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Service Quality*, Daya Tarik Produk, Minat Beli