

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh mutu produk dan harga terhadap minat beli. Penggunaan variabel-variabel tersebut dapat memecahkan permasalahan yang terjadi pada StarOne.

Sampel penelitian ini adalah pelanggan StarOne, sejumlah 100 orang. Analisis Regresi yang dijalankan dengan perangkat lunak SPSS, digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa mutu produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan minat beli StarOne, manajemen perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor seperti mutu produk dan harga, karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya minat beli. Dari hasil perhitungan variabel mutu produk diperoleh koefisien sebesar 0,306 yang berarti bahwa mutu produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Maka, semakin baik mutu produk yang diberikan pihak SMT akan memperkuat minat beli dari pelanggan StarOne, bila konsumen merasa akan mendapatkan kepuasan dari suatu produk (karena mutunya tinggi atau berkualitas baik dan tidak mudah rusak) maka konsumen tersebut akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Sedangkan pengujian variabel harga memiliki nilai koefisien sebesar 0,493 yang berarti bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Maka, semakin baik harga yang diberikan pihak SMT terhadap kebutuhan pelanggannya maka minat beli terhadap produk yang diberikan oleh PT. SMT akan semakin besar.

Kata Kunci : mutu produk, harga, dan minat beli