

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli Minuman Coca-Cola dengan Kasus Studi Mahasiswa Manajemen Upi Yptk Padang. Metode pengumpulan data melalui survey dan mengedarkan kuisioner, dengan sampel 100 responden dari Mahasiswa Manajemen Upi Yptk. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS 16.0 dan 23.0.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan (Uji t) diperoleh Kompetensi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli. Dengan tingkat signifikan ($0,004 < 0,05$). Harga terhadap Minat Beli pada Minuman Coca-Cola dengan tingkat signifikan ($0,569 > 0,05$). Promosi terhadap Minat Beli pada Minuman Coca-Cola dengan tingkat signifikan ($0,008 < 0,05$). Saluran Distribusi terhadap Minat Beli pada Minuman Coca-Cola pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang Padang. Dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Pengaruh yang signifikan secara simultan (Uji F) antara Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Minat Beli pada Minuman Coca-Cola pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang Padang. Dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$).

Karena kontribusi dari variabel budaya organisasi dan lingkungan kerja melalui Promosi 81,0%, sedangkan sisanya 19,0% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Saluran Distribusi dan Minat Beli