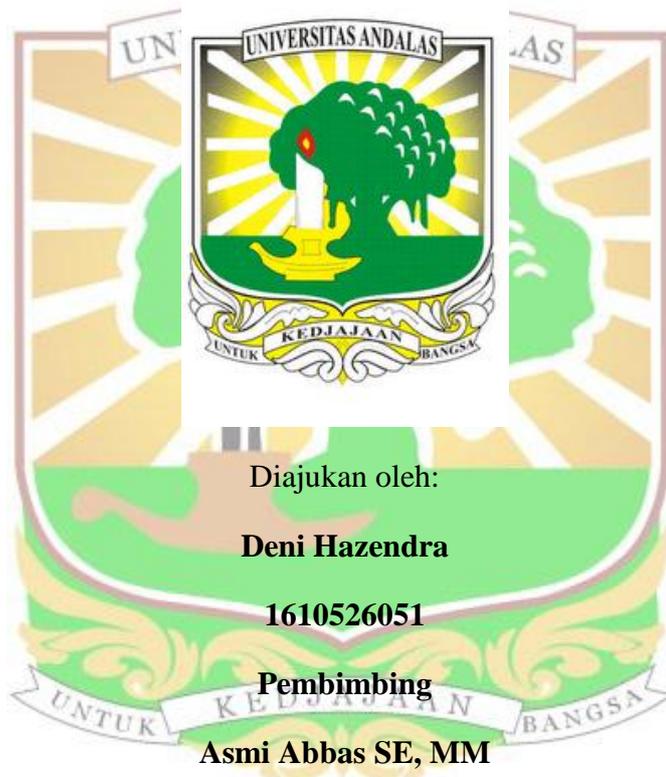


**ANALISIS PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK
EIGER**

(SURVEY PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ANDALAS)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN INTAKE

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

JANUARI 2019

	No. Alumni Universitas :	DENI HAZENDRA	No. Alumni Fakultas :
	a). Tempat / Tgl Lahir : Lubuk Sikaping/ 6 Juni 1995, b). Nama Orang Tua : Alm. M. Zen dan Anizar, c). Fakultas : Ekonomi, d). Jurusan : Manajemen, e). No Bp : 1610526051, f). Tanggal Lulus : 15 Januari 2019, g). Prediksi Kelulusan : Sangat Memuaskan, h). IPK : 3,22 i). Lama Studi : 2 Tahun 5 Bulan, j). Alamat orangtua: Kampung Belimbing, Jorong Kampung Belimbing, Kelurahan Ganggo Mudiak, Kecamatan Bonjol, Pasaman		

ANALISIS PENGARUH HARGA, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK EIGER (SURVEY PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ANDALAS)

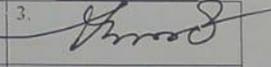
Skripsi S1 oleh : Deni Hazendra
Pembimbing: Asmi Abbas, SE., MM.

ABSTRAK

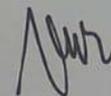
Perusahaan Eiger, sebagai salah satu produsen yang bergerak di bidang peralatan *outdoor* harus dapat mengupayakan faktor-faktor yang membangun minat beli seseorang. Ada banyak hal yang bisa mempengaruhi minat beli mulai dari harga, kualitas produk, citra merek, hingga tren yang sedang berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pengaruh Harga, *Brand Image*, dan Kualitas produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Eiger yang dilakukan pada mahasiswa Universitas Andalas. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Andalas di Kota Padang yang mengetahui produk Eiger. Sample penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini meneliti sebanyak 125 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Instrumen Data, Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, dan Uji Hipotesis dengan Uji Parsial (uji t) dan Uji Simultan (Uji F). Hasil yang didapat menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat. Pada variabel *brand image* menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat beli. Secara simultan ketiga variabel yaitu harga, *brand image*, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Eiger. Koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,575. Berarti pengaruh harga, *brand image*, dan kualitas produk terhadap minat beli adalah sebesar 57,5%, sedangkan 42,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Kata Kunci: harga, brand image, kualitas produk, minat beli

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal 15 Januari 2019. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Asmi Abbas, SE., MM	Dr. Verinita, SE. M.Si	Syafrizal, SE, ME, PhD

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Verinita, SE., M.Si
NIP : 197208262003122004

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

		Petugas Fakultas/ Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:	
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan:	