

ABSTRACT

*This research was aimed to examine **THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT AND BRAND IMAGE ON THE BUY INTEREST OF KOPI BADON IN THH NGANJUK REGENCY**. This study uses quantitative methods. Data was collected by questionnaire technique. Respondents in this study were 50 people. Analysis of the data used is the analysis of multiple linear regression with the test tool used is SPSS 23 for Windows. After testing the proposed hypothesis, the value of the regression coefficient of Price variable is 0,305 with a significance value of 0,048 < 0,05, Product variable is 0,322 with a significance value of 0,029 < 0,05 and the Brand Image variable is 0,395 with a significance value of 0,020 < 0,05. The F test value is $F_{count} = 43,526 > F_{table} = 2,82$ with a significance value of 0,000 < 0,05. The t-test value of the Price variable is $t_{count} = 2,036 > t_{table} = 2,01290$ and the significance value is 0,048 < 0,05, Product variable is $t_{count} = 2,254 > t_{table} = 2,01290$ with a significance value of 0,029 < 0,05 and the Brand Image variable is $t_{count} = 2,412 > t_{table} = 2,01290$ with a significance value of 0,020 < 0,05. The dominant variable can be seen from the regression coefficients of the resulting beta value. The value of the Price0 is 0,274, the Product variable is 0,308 and the Brand image variable is 0,344. Companies should improve Price and Product to increase Buy Interest of better. The results of the study indicate that Price, Product and Brand Image have a positive and significant influence both partially and simultaneously on Buy Interest. Brand Image has a more dominant influence on Buy Interest than Price and Product.*

Keywords : Price, Product, Brand Image, Buy Interest

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui PENGARUH HARGA, PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KOPI BADONG DIKABUPATEN NGANJUK. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan dengan teknik kuesioner. Responden dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis Regresi linier berganda dengan alat uji yang digunakan adalah SPSS 23 *for windows*. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh nilai koefisiensi regresi variabel Harga sebesar 0,305 dengan nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$, variabel Produk sebesar 0,322 dengan nilai signifikansi sebesar $0,029 < 0,05$ dan variabel Citra Merek sebesar 0,395 dengan nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$. Nilai uji F sebesar $F_{hitung} = 43,526 > F_{tabel} = 2,82$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai uji t variabel Harga bernilai $t_{hitung} = 2,036 > t_{tabel} = 2,01290$ dan nilai signifikansi $0,048 < 0,05$, variabel Produk bernilai $t_{hitung} = 2,254 > t_{tabel} = 2,01290$ dengan nilai signifikansi $0,029 < 0,05$ dan variabel Citra Merek bernilai $t_{hitung} = 2,412 > t_{tabel} = 2,01290$ dengan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$. Variabel yang dominan dapat dilihat dari koefisien regresi nilai beta yang dihasilkan. Nilai variabel Harga sebesar 0,274, variabel Produk sebesar 0,308 dan variabel Citra Merek sebesar 0,344. Perusahaan harus lebih meningkatkan Harga dan Produk untuk meningkatkan Minat Beli yang lebih baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Produk dan Citra Merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap Minat beli. Citra merek berpengaruh lebih dominan terhadap Minat Beli dari pada Harga dan Produk.

Kata Kunci: **Harga, Produk, Citra Merek, Minat Beli**