

ABSTRAK

PENGARUH *VALUE PROPOSITION* DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA “LAUNDRY LERAK”

Laundry Lerak adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pencucian dengan memberikan *value* kepada konsumen yaitu menggunakan deterjen dari buah lerak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *value proposition* dan promosi terhadap minat beli konsumen untuk menggunakan jasa *Laundry Lerak*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *value proposition* (X_1) dan promosi (X_2), sedangkan untuk variabel dependen adalah minat beli (Y). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Ciputra jurusan *International Business Management* yang belum pernah menggunakan jasa *Laundry Lerak* dan sampel yang digunakan sebanyak 109 responden. Teknik pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yang berjenis *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan kuisisioner yang dibagikan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan dibantu dengan program SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *value proposition* dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci: Value Proposition, Promosi, Minat Beli, Regresi Berganda