

ABSTRAK

PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ESCOBAR *DINE AND BREW* JAKARTA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah produk, harga, tempat dan promosi memiliki pengaruh terhadap minat beli di Escobar Dine and Brew Jakarta. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang mengenal Escobar Dine dan Brew Jakarta. Ada 100 orang konsumen yang dijadikan sampel, dimana pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non-probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner yang menggunakan skala *likert*. Variabel yang digunakan oleh peneliti adalah produk, harga, tempat, dan promosi sebagai variabel bebas dan variabel minat beli sebagai variabel terikat. Hasil data penelitian diolah dengan perangkat lunak SPSS 21, dimana metode analisisnya menggunakan analisis regresi linear berganda, dan diuji dengan uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagai variabel parsial, produk (X1), tempat (X3) dan promosi (X4) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli (Y). Sementara itu, harga (X2) tidak berpengaruh pada minat beli (Y).

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Minat Beli, Produk, Promosi.

