

ABSTRAK

Manajemen pemasaran menjadi salah satu faktor pendukung perusahaan dalam mencapai target perusahaan, kualitas yang dimiliki oleh suatu produk dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan harus menjadi perhatian agar dapat mempengaruhi minat pembelian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas produk, promosi dan minat pembelian pada Kawasaki KLX 150, serta mengetahui besaran pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat pembelian.

Metode penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 21.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk Kawasaki KLX 150 berada pada kategori “sangat baik”. Promosi pada Kawasaki KLX 150 berada pada kategori “sangat baik”. Minat pembelian pada Kawasaki KLX 150 berada pada kategori “sangat baik”. Pada analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Minat Pembelian