

**ABSTRAK**

**Bagas Dwi Saputro, 1720310129, Pengaruh Kualitas Produk, Brand, Harga Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Supermi di Kota Kudus, Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus.**

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen supermi di kota Kudus. 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh brand terhadap minat beli konsumen supermi di kota Kudus. 3) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga produk terhadap minat beli konsumen supermi di kota Kudus.

Penelitian yang dilakukan peneliti adalah dengan menggunakan metode kuantitatif, Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research), yaitu melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket atau questionnaire. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji statistik t, koefisien determinasi dan uji F.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan 1) terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel minat beli (Y) konsumen Supermi yang ada di kota Kudus dibuktikan dengan hasil uji hipotesis secara partial (uji t) menunjukkan bahwa nilai Thitung sebesar  $3,644 > T_{tabel}$  sebesar 1,661 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian hasil penelitian ini memberikan respon diterimanya H1 dan secara otomatis dalam penelitian ini H0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli konsumen supermi di Kudus. 2) terdapat pengaruh antara variabel brand (X2) terhadap variabel minat beli (Y) konsumen Supermi yang ada di kota Kudus dibuktikan dengan hasil perhitungan data penelitian bahwa hasil uji parsial (t) yaitu Thitung  $2,156 > T_{tabel}$  1,661 dengan nilai signifikan sebesar 0,034. Sehingga diperoleh bahwa H2 diterima sedangkan H0 ditolak. Dengan demikian hasil perhitungan analisis ini menyatakan bahwa variabel brand mempengaruhi terhadap minat beli konsumen Supermi di kota Kudus. 3) terdapat pengaruh antara variabel harga produk (X3) terhadap variabel minat beli (Y) konsumen Supermi yang ada di kota Kudus dibuktikan dengan hasil perhitungan yang telah dilakukan melalui uji parsial (t) menunjukkan bahwa nilai Thitung sebesar  $3,144 > T_{tabel}$  sebesar 1,661 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Dengan demikian hasil penelitian ini memberikan respon diterimanya H3 dan secara otomatis dalam penelitian ini H0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan antara harga produk terhadap minat beli konsumen Supermi di kota Kudus.

**Kata Kunci : *Kualitas Produk, Brand, Harga Produk, Minat Beli.***