

## ABSTRAK

Saputra, Rio, Adi. 2020, pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Skripsi. Program studi manajemen. Fakultas ekonomi dan bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Ratmono, S.E., M.M., pembimbing (II) H. Suwanto, S.E., M.M.

Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi sehingga minat beli konsumen akan lebih baik.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Adapun jenis penelitian ini adalah deskriptif asosiatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berdasarkan analisa kuantitatif terhadap variabel penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan kuesioner, uji validitas, uji reliabilitas, uji Normalitas, uji linieritas, serta uji regresi linier sederhana dengan uji t parsial dan uji koefisien determinasi.

Kesimpulannya, dari hasil analisis yang diproses dari BAB IV sebelumnya ditemukan bahwa Kualitas produk yang mencakup dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, rasa, kesesuaian harga, daya tahan guna memuaskan konsumen masih belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga mempengaruhi minat beli konsumen.

**Kata kunci :** *kualitas produk dan minat beli konsumen.*