**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI CV. ROJO SAMBAK CONTRUCTION & DEVELOPMENT PURWODADI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapai Syarat- Syarat Menyelesaikan Program

Sarjana Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Disusun oleh :

**MUGI ADHI KURNIAWAN**

**NPM : 191003632110319**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

**2023**

# ABSTRAK

Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa tipe yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu altenatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen, Begitupun dengan minat beli konsumen untuk memenuhi kebutuhan tempat hunian (Rumah)

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli serta mengetahui pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bersifat *explanatori* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen CV. Rojo Contruction & Development dan sudah melakukan transaksi pembelian produk, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yang diambil dengan cara ***Non-Random*** dengan teknik ***Quota Sampling*** yaitu metode pengambilan sampel dengan menetapkan jumlah serta standar penilaian dari populasi yang ada dan biasanya karakteristik respon den sudah di ketahui sebelumnya. Teknik pengumpulan data dengan cara kuesioner, dan Teknik analisis data menggunakan menggunakan analisa kuantitatif dengan konsep *eksplanatori* karena bermaksud untuk menjelaskan pengaruh antara variable penelitian dan menguji hipothesa dengan menggunakan uji statistik (*koefisien produck moment*), maka berdasarkan analisis data dari masing-masing variabel yaitu Promosi di peroleh hasil persentasese banyak 0,838 atau 83,8% atau pada kategori yang sangat baik yaitu pada kategori antara 75,00-100,00%, sedang pada variabel Kualitas Produk di peroleh persentase sebesar 0,794 atau 79,4 %.yaitu pada kategori yang sangat baik antara 75,00–100,00% dan pada tingkat Minat Beli Konsumen didapat persentasese besar 0,792 atau 79,2%. yaitu pada kategori yang sangat baik antar 75.00 – 100.00% kemudian untuk menguji hipotesa peneliti menggunakan alat uji statistic korelasi *product moment*. Teknik analisis data menggunakan tabel silang dan Uji Statistik analisis regresi linier sederhana. Secara keseluruhan Promosi dan Kualitas Produk mempengaruhi Minat beli Konsumen sebesar 0,877, halini berarti 87,7% Minat beli konsumen diCV. Rojo Contruction & Development. Namun agar lebih bias menjelasakan pengaruh yang ada maka dilakukan uji statistic dengan menggunankan Koefisien determinasii (KD) dengan rumus KD = $r^{2}$X 100% dan diperoleh Prosentase 77,0% dan untuk mendapat hasil yang 100 % maka sisa dari 77,0% yaitu sebesar 23,0% dipengaruhi oleh faktor lainya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk dan Minat Beli