ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel Inovasi Layanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Fasilitas dan Persepsi Harga terhadap Minat beli.

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria calon pelanggan potensial yang telah memberikan nomor handphonenya di meja staf penjualan. Data diperoleh menggunakan alat kuesioner. Diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda *stepwise method*.

Dari hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa dari kelima variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, hanya variabel persepsi harga yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sehingga model terbaik dalam penelitian ini hanya dapat memasukkan variabel minat beli dengan koefisien determinansi sebesar 58,1%.

Kata Kunci: Minat Beli, Inovasi Layanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Fasilitas, persepsi Harga, Stepwise

SEMARANG

FEB UNDIP