

**Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Minat Beli  
(Survei pada Konsumen Bakpia Kukus Tugu Jogja di Yogyakarta)**

Shobuur Azziiiz Sakty Arbi  
NIM: 141140166

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta  
(saktyarbi@gmail.com)

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi dan saluran distribusi terhadap minat beli Bakpia Kukus Tugu Jogja di Yogyakarta pada tahun 2018. Penelitian ini dilakukan pada responden yang mengetahui dan mengenal Bakpia kukus Tugu Jogja di Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri produk, promosi dan saluran distribusi sedangkan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat beli. Jenis penelitian yang digunakan adalah survei dengan menggunakan kuesioner. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala *likert*, dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 125 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Produk, harga, promosi dan saluran distribusi secara bersama sama berpengaruh positif terhadap minat beli Bakpia Kukus Tugu Jogja di Yogyakarta. (2) Produk berpengaruh positif terhadap minat beli Bakpia Kukus Tugu Jogja di Yogyakarta. (3) Harga berpengaruh positif terhadap terhadap minat beli Bakpia Kukus Tugu Jogja di Yogyakarta. (4) Promosi berpengaruh positif terhadap terhadap minat beli Bakpia Kukus Tugu Jogja di Yogyakarta. (5) Saluran distribusi berpengaruh positif terhadap terhadap minat beli Bakpia Kukus Tugu Jogja di Yogyakarta. *Adjusted R Square* menunjukkan sebesar 0,368 atau 36,8% berarti bahwa variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3) dan saluran distribusi (X4) mampu menjelaskan variabel minat beli (Y), dan sisanya 63,2% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci : produk, harga, promosi, saluran distribusi dan minat beli.