

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI
DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI MINUMAN BIG COLA (Studi
pada Konsumen Minuman Big Cola di Yogyakarta)**

RETNO NURHIKMAH PRIHASTANTI

NIM. 141150410

Mahasiswi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

retnonurhikmah09@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Minat Beli Minuman Big Cola di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden yang belum pernah membeli Big Cola namun sudah mengetahui produk Big Cola. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F (secara simultan), serta uji t (secara parsial). Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Minuman Big Cola di Yogyakarta dan secara parsial menunjukkan bahwa kelima variabel independen (Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Minat Beli) pada Minuman Big Cola di Yogyakarta.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Minat Beli.