

## ABSTRAK

Dimana semakin banyaknya pesaing membangkitkan semangat para pelaku bisnis untuk lebih meningkatkan Kualitas produk dan *Sales promotion* terhadap Minat beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan *sales promotion* terhadap minat beli pada konsumen *Coffee shop* di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Populasi penelitian ini adalah konsumen *Coffee shop* (kopi anjis, armor kopi, two cents, cups coffee & kitchen, yellow truck) dengan sampel sebanyak 400 responden. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian teknik *cluste*. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS 23).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden pada penelitian ini didominasi oleh pria, dengan rentang usia 15-25 tahun. Kemudian responden yang memiliki status mahasiswa berada di urutan pertama, dan responden yang mengetahui *Coffee shop* Bandung dari teman atau relasi berada di urutan pertama.

Berdasarkan hasil hipotesis kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli karena nilai signifikan  $< 0,05$  (0,023) dan variabel *sales promotion* disimpulkan berpengaruh signifikan terhadap minat beli karena nilai signifikan  $< 0,05$  (0,000). Berdasarkan pengujian Kualitas Produk secara parsial,  $t$  hitung (2,280)  $>$   $t$  tabel (1,649) dan *Sales Promotion* secara parsial,  $t$  hitung (8,709)  $>$   $t$  tabel (1,649). Hal ini berarti Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di *Coffee shop* Bandung. Berdasarkan pengujian Kualitas Produk dan *Sales Promotion* secara simultan,  $F$  hitung(152.709)  $>$   $F$  tabel (3,018). Hal ini berarti Kualitas Produk dan *Sales Promotion* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di *Coffee shop* Bandung. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dalam kategori baik, *sales promotion* dalam ketagori baik, serta minat beli dalam kategori baik.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Seles Promotion, dan Minat Beli.**