

Analisis pengaruh dimensi kualitas produk terhadap minat pembelian (studi kasus pada Honda Scoopy) = Analysis of effect of dimensional quality products to purchase intention (case study Honda Scoopy)

Katherine, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20345243&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas pengaruh dimensi kualitas produk terhadap minat pembelian. Dimensi kualitas produk yang difokuskan pada penelitian ini adalah performance, reliability, durability, serviceability, aesthetics, conformance to specification, perceived quality, dan special features. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner untuk mengukur penilaian konsumen terhadap Honda Scoopy. Setelah dilakukan uji regresi berganda, diketahui bahwa Dimensi Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas minat pembelian. Organisasi yang ingin memaksimalkan minat pembelian melalui kualitas produk sebaiknya memfokuskan bukan pada minat pembelian itu sendiri melainkan pada faktor-faktor yang menjadi penyebab munculnya minat pembelian melalui strategi bauran pemasaran yang efektif.

The focus of this study to discuss influence of dimensional quality products toward purchase intention. Dimensions of quality products that will focus on research are performance, reliability, durability, serviceability, aesthetics, conformance to specification, perceived quality, and special features. This quantitative research used questionnaires as a mean to collect data from customer about Honda Scoopy. From the multiple regression test, we found that dimensional quality product have a significant effect on purchase intention. Organization who tries to maximize purchase intention should focus on factors that effect the purchase intention through effectively marketing mix strategy.