

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran Harga, Promosi dan Minat Beli Kopi Kenangan, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan Promosi terhadap Minat Beli secara parsial dan simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, populasi pada penelitian ini yaitu sebanyak 332.000 *followers* Instagram Kopi Kenangan. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuisioner yang disebarakan kepada 100 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Harga, Promosi dan Minat Beli berada pada kategori Sangat Baik. Hasil uji determinasi yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa Harga berkontribusi sebesar 77,2%, Promosi sebesar 84,2% dan Harga dan Promosi menghasilkan kontribusi sebesar 87,7% terhadap Minat Beli. Hasil koefisien korelasi berganda antara Harga dan Promosi terhadap Minat Beli adalah sebesar 93,7%. Hal ini menunjukkan bahwa Harga (X1) dan Promosi (X2) memiliki hubungan yang sangat kuat dengan Minat Beli (Y), karena nilai koefisien korelasi berganda berada pada interval 0,80-1,000 yang menyatakan hubungan yang sangat kuat dengan Minat Beli. Nilai $F_{hitung} 347,269 > F_{tabel} 3,09$ sehingga signifikansi untuk pengaruh Harga (X1) dan Promosi (X2) secara simultan terhadap Minat Beli (Y) $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : Harga, Promosi, Minat Beli.