**ABSTRAK**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PEMBELI PAKAIAN BALITA DI PEKAN PASAR SORE BERINGIN KAB. DELI SERDANG)**

**OLEH**

**YAYUK WARASTUTI**

**NPM. 173114030**

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pembeli Pakaian Balita di Pekan Pasar Sore Beringin Kab. Deli Serdang). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pembeli Pakaian Balita di Pekan Pasar Sore Beringin Kab. Deli Serdang) dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden. Data diolah menggunakan SPSS 20.0 *for windows*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear berganda, dengan Y = 13.365 + 0.487X1 + 0.190X2, artinya harga dan kualitasmempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli. Hasil uji hipotesis t diperoleh bahwa nilai thitung untuk variabel harga (X1) sebesar 4.512 jika dibandingkan dengan nilai ttabel yang sebesar 1.660. Maka thitung yang diperoleh lebih besar dari nilai ttabel atau 4.512 > 1.660. Nilai thitung untuk variabel kualitas (X2) sebesar 2.016 jika dibandingkan dengan nilai ttabel yang sebesar 1.660. Maka thitung yang diperoleh lebih besar dari nilai ttabel atau 2.016 > 1.660. Jadi dapat disimpulkan variable kualitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Karena itu nilai thitung lebih besar dari pada ttabel maka hipotesis diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan variabel harga (X1) dan kualitas (X2) telah terbukti atau dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli (Y). Dan berdasarkan uji koefisien determinasi (KD) atau (R2) sebesar 0.884 atau dengan persentase 88.4% artinya bahwa harga dan kualitassangat berpengaruh terhadap minat beli, sedangkan sisanya 11.6% dipengaruhi oleh variable lainnya yang tidak diteliti dalam penelitan.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas dan Minat Beli