**ABSTRAK**

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ALFALAH MOBIL *SERVICE* MEDAN**

**PUTRI SYAHRIDA PRATIWI**

**NPM: 183114050**

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui apakah daya tarik iklan dan potongan harga berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat beli konsumen di Alfalah mobil *service* Medan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji-t, uji-F dan uji koefisien determinasi). Dengan jumlah populasi sebanyak 452 responden dengan batas toleransi sebesar 10% yang dihitung dengan rumus slovin maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 82 responden dengan penentuan sampel menggunakan teknik *random sampling*. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner. Dari hasil analisa sederhana di peroleh persamaan Y = 6,081 + 0,728 X1 + 0,409X2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik iklan(X1) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Alfalah Mobil Service Medan, hal tersebut dapat dilihat dari nilai t hitung (6,417) > t tabel (1,99006) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, begitu juga dengan hasil yang diperoleh pada variabel potongan harga (X2), yang menunjukkan bahwa potongan harga (X2) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Alfalah Mobil Service Medan, hal tersebut dapat dilihat dari nilai t hitung (6,347) > t tabel (1,99006) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Sedangkan untuk hasil pengujian secara simultan diperoleh hasil bahwa daya tarik iklan (X1) dan potongan harga (X2) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Alfalah Mobil Service Medan, hal tersebut dapat dilihat dari nilai F hitung (50,955) > F tabel (3,11) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Nilai koefisisen determinasi mencapai 0,563 yang berarti bahwa variabel daya tarik iklan dan potongan harga mempengaruhi minat beli konsumen di Alfalah Mobil Service Medan sebesar 56,3%. Sementara sisanya sebesar 43,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci:** Daya Tarik Iklan, Potongan Harga, dan Minat Beli Konsumen

