

Rendi Satiawan Elis Permana ,09311043, **Analisis Pengaruh Promosi Melalui Bonus Langsung Dalam Kemasan Produk, Kualitas Produk, dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Konsumen Sabun Mandi Lifebuoy**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Maret, 2013.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas promosi bonus langsung, kualitas produk dan brand trust terhadap minat beli konsumen pada produk sabun Lifebuoy dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen pada sabun mandi Lifebuoy di kota Gresik. Penelitian ini digunakan sampel berjumlah 100 orang yang diambil dari tempat perbelanjaan di tiga kecamatan kota gresik yang diperoleh dengan menggunakan teknik *non probabilty sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS/Windows.V.15. pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F, keduanya pada level signifikan 5%. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel Kualitas Produk dengan koefisien regresi sebesar 0,336 lalu variabel *Brand Trust* dengan koefisien regresi sebesar 0,337. Sedangkan variabel yang pengaruhnya paling rendah adalah promosi bonus langsung dengan koefisien regresi sebesar 0,316. Model persamaan ini memiliki nilai F hitung sebesar 19,472 dan dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena F hitung lebih besar dari F tabel (2,699) dan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu minat beli.

Kata kunci : Promosi Bonus Langsung, Kualitas Produk, dan *Brand Trust*

*Rendi Satiawan Elis Permana, 09311043, Promotion Effect Analysis Through Direct Bonus in Packaging Products, Product Quality, and Brand Trust Interests Against Consumers Buy Lifebuoy Soap, Management, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, March, 2013.*

#### **ABSTRACT**

*This research aim to know influence quality of promotion of direct bonus, quality of product and brand trust to enthusiasm buys consumer at soap product Lifebuoy and factor analysis that is most dominant in influencing enthusiasm to buy consumer at toilet soap Lifebuoy in town Gresik. This research applied sample amounts to 100 mans who taken away from place of expenditure in three districts of town gresik obtained by using technique non probabilty sampling. Analyzer applied is by using doubled linear regression with help of SPSS/Windows.V.15. examination of hypothesis by using test t and F test, both at level signifikan 5%. Sequential individually from each variable that is very had an effect on was variable Kualitas Produk with regression coefficient 0,336 then variable Brand Trust with regression coefficient 0,337. While variable which its(the influence is lowest is promotion of direct bonus with regression coefficient 0,337. This equation model has calculate F value 19,472 and with level of signifikansi 0,000. Because F calculate bigger than F tables ( 2,699) and with level of signifikansi which smaller than ? ( 0,05). The thing menunjukan that independent variable in this research influential jointly to variable dependen that is enthusiasm buys.*

*Keyword : Promotion of Direct Bonus, Quality Of Product, and Brand Trust*