

## ABSTRAK

**Nur Julaiha, NIM 7211210014, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di Kebun Jeruk Kristina Ginting Ladang Simpang Impres Berastagi”. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Tahun 2025.**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah fenomena fluktuasi jumlah pengunjung dan pembeli di Kebun Jeruk Kristina Ginting yang disebabkan oleh penurunan kualitas produk serta ketidaksesuaian harga dengan daya beli konsumen, sehingga berdampak pada menurunnya minat beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal, teknik pengumpulan data melalui kuesioner, dan analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Sampel penelitian berjumlah 120 responden yang ditentukan dengan metode purposive sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) sebesar 48,2%, variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) sebesar 41,7%, dan secara simultan kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) sebesar 52,9%.

**Kata kunci:** Kualitas produk, harga, minat beli konsumen.



## ABSTRACT

***Nur Julaiha, NIM 7211210014, “The Influence of Product Quality and Price on Consumer Purchase Intention at Kebun Jeruk Kristina Ginting, Ladang Simpang Impres Berastagi”. Department of Management, Faculty of Economics, State University of Medan, 2025.***

*The problem in this research is the fluctuation in the number of visitors and buyers at Kebun Jeruk Kristina Ginting, which is caused by a decline in product quality and price mismatches with consumer purchasing power, leading to decreased purchase intention. This study aims to determine the influence of product quality and price on consumer purchase intention. The research employed a quantitative method with a causal associative approach, with data collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the aid of SPSS. The sample consisted of 120 respondents selected through purposive sampling.*

*The results show that product quality (X1) has a positive and significant effect on consumer purchase intention (Y) by 48.2%, price (X2) has a positive and significant effect on consumer purchase intention (Y) by 41.7%, and simultaneously product quality (X1) and price (X2) have a positive and significant effect on consumer purchase intention (Y) by 52.9%.*

***Keywords:*** Product quality, price, consumer purchase intention.