

ABSTRAK

Industri rokok memiliki peranan penting dalam meningkatkan penerimaan negara dan menciptakan lapangan kerja di Indonesia. Meskipun industri ini termasuk *high regulated* dan terus menerus ditekan, para pengusaha yang berkecimpung di bidang ini tidak melakukan perlawanan secara frontal. Persaingan antar perusahaan rokok berlangsung dengan cukup sengit. Hal itu mendesak para pemasar untuk kreatif dalam menyampaikan informasi kepada pasar. Salah satu langkah yang ditempuh adalah dapat bersaing melalui harga dengan rokok mild yang lain, yang kedua melakukan promosi dengan benar sehingga Sampoerna A Mild lebih dikenal masyarakat. Dan Berikutnya produk bisa menyajikan kemasan yang praktis dan kuat. Sampoerna A Mild bisa menjadi pilihan konsumen dan yang terakhir adalah kepuasan dengan memberikan sesuatu yang lebih melalui rasa Sampoerna A Mild bisa memberikan kepuasan untuk konsumen.

Pengaruh minat beli dapat diukur dari berbagai variabel yaitu : Harga (X_1), Promosi (X_2), Produk (X_3), Kepuasan (X_4). Penelitian ini menggunakan Teknik Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F dan Uji T dengan responden sebanyak 110 orang. Melalui hasil penelitian regresi linier berganda untuk uji simultan (Uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi minat beli dengan nilai F_{hitung} sebesar 79,928 dan F_{tabel} sebesar 2,45. Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi (R^2) yang menggambarkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli sebesar 75,3% sedangkan sisanya 24,7% disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Pengujian parsial menggunakan Uji T, menghasilkan T_{tabel} sebesar 1,98 sedangkan T_{hitung} untuk variabel Harga (X_1) sebesar -0,375, variabel Promosi (X_2) sebesar 5,989, variabel Produk (X_3) sebesar 7,368, variabel Kepuasan (X_4) sebesar 4,381. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi (X_2), Produk (X_3) dan Kepuasan (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah variabel Harga (X_1). Hal ini diketahui melalui *standardized Coefficients Beta* dimana Harga (X_1) sebesar - 0,0109. Faktor yang paling dominan adalah Produk (X_3) sebesar 0,451.