

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk dengan minat beli produk *Bloods Industries* Yogyakarta pada pengunjung kawasan distro Demangan Baru. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan yang positif antara kualitas produk dengan minat beli produk *Bloods Industries* Yogyakarta pada pengunjung kawasan distro Demangan Baru. Subjek penelitian ini berjumlah 107 orang, yaitu pengunjung kawasan distro Demangan Baru yang mengetahui produk *Bloods Industries* berusia 18 tahun keatas. Metode pengumpul data dalam penelitian ini menggunakan skala minat beli dan skala kualitas produk.

Hasil analisis dengan uji korelasi *product moment* korelasi antara minat beli dengan kualitas produk adalah $(r_{xy}) = 0,497$ dengan $p = 0,000$ yang berarti ada korelasi yang positif antara minat beli dengan kualitas produk, sehingga hipotesis diterima. Variabel kualitas produk dalam penelitian ini mempunyai sumbangan afektif sebesar 24,7%, sedangkan sumbangan efektif oleh faktor lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini adalah 75,3%.

Kata kunci: kualitas produk, minat beli, *bloods industries*

ABSTRACT

This research aims to know the relationship between product quality with buying interest of Bloods Industries Yogyakarta products to visitors of Demangan Baru distro area. The hypothesis proposed in this research is there is a positive relationship between product quality with buying interest of Bloods Industries Yogyakarta products to visitors of Demangan Baru distro area. The subject of this research amounted to 107 people, visitors of Demangan Baru distro who know the product Bloods Industries aged 18 years and over. Data collecting method in this research using the scale of buying interest and product quality scale.

The result of analysis with correlation test of product moment correlation between buying interest with product quality is **(r_{xy}) = 0,497 with $p = 0,000$** which means there is a positive correlation between buying interest with product quality, so the hypothesis is accepted. Variable of product quality in this research has affective contribution equal to 24,7%, whereas effective contributions by other factors that are not involved in this research is 75,3%.

Keywords: product quality, buying interest, bloods industries