

**PENGARUH PROMOSI, INOVASI PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN *E-SERVQUAL* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PONDOK JAS DENPASAR**

ABSTRAK

Kegiatan pemasaran merupakan fungsi yang penting dari kesuksesan perusahaan dalam mendapatkan laba atau keuntungan dari penjualan produknya, sehingga kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat bergantung pada kebijakan strategi pemasarannya. Minat beli konsumen tidak bisa muncul begitu saja dikarenakan ada banyak faktor yang mempengaruhinya, seperti pengaruh dari promosi, inovasi maupun kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, inovasi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Pondok Jas Denpasar.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *accident sampling*. Populasi dalam penelitian ini tidak dapat dihitung jumlahnya, sampel yang digunakan adalah 170 orang responden yang merupakan konsumen Pondok Jas Denpasar. Teknik analisa yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan SPSS.

Hasil Analisis menunjukkan bahwa variabel promosi dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini berarti semakin baik promosi dan inovasi, maka akan meningkatkan Minat beli konsumen Pondok Jas Denpasar, sedangkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal ini berarti kualitas pelayanan belum mampu menjadi penentu minat beli konsumen.

Kata kunci: Pemasaran, Jas, Promosi, Inovasi, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Konsumen.

***THE EFFECT OF PROMOTION, INNOVATION AND SERVICE QUALITY
E-SERVQUAL ON CONSUMERS' BUYING INTEREST IN
PONDOK JAS DENPASAR***

ABSTRACT

Marketing activities are a benefactor of a company's success in making a profit, which means the survival of a company depends on the policy of marketing strategy. Consumer buying interest cannot just appear because many factors influence it, such as the influence of promotion, innovation, and service quality. The purpose is to find and analyze the effect of promotion, innovation, and service quality on consumers' buying interest in Pondok Jas Denpasar.

The sampling method is a non-probability sampling method with an accident sampling approach. The population can't count, and the sample used was 170 respondents who were consumers of Pondok Jas Denpasar. The analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis with data collection using questionnaires and processed using SPSS.

The results show that the variables of promotion and innovation had a positive and significant effect on consumers' buying interest. That means if the promotion and innovation rise, it will increase the buying interest of Pondok Jas Denpasar consumers, For the variable of service quality does not affect consumers' buying interest. The quality of service has not been able to determine consumers' buying interest.

Keywords: Marketing, Suit, Promotion, Innovation, Quality of Service, Consumer Buying Interest