

ABSTRAK

Semakin berkembangnya kebutuhan masyarakat akan transportasi maka semakin besar pula persaingan diantara perusahaan sepeda motor yang satu dengan yang lainnya. Salah satunya adalah Yamaha Mio M3 Blue Core.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh Persepsi kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Yamaha Mio M3 Blue Core.

Data primer dikumpulkan melalui metode survey terhadap 100 responden dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan metode penelitian yaitu metode kuantitatif kepada 100 responden yang merupakan mahasiswa Telkom University Fakultas Komunikasi Dan Bisnis. Sementara teknik analisis data yang Penulis gunakan adalah Analisis Linier Sederhana.

Penelitian ini memiliki hasil analisis deskriptif sebesar 75,18% untuk variabel Persepsi Kualitas Produk dan 81,72% untuk variabel minat beli. dan menunjukkan hasil bahwa adanya tingkat kolerasi yang sedang dan hubungan yang signifikan antara persepsi kualitas produk dengan minat beli.

Sehingga, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Persepsi Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli sebesar 27.8% dan sisanya sebesar 72.2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Persepsi Kualitas Produk, Minat Beli, Yamaha, Yamaha Mio M3 Blue Core.