

## ABSTRAK

Pengaruh Pengalaman Imersif Dari Augmented Reality Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Ikea Place

Putri Wulandari, Windarko, S.T., M.M

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Augmented Reality dan Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data primer menggunakan kuesioner. Karena populasi dalam penelitian tidak diketahui jumlah pastinya dan menggunakan Teknik *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel dengan jumlah sebesar 150 responden yang merupakan konsumen IKEA. Analisis data pada penelitian ini menggunakan program SPSS versi dengan pengujian regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa augmented reality, kualitas produk dan minat beli berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Analisis data pada penelitian ini menggunakan program SPSS 27, dilakukan pengujian Uji T dan Uji F dengan hasil augmented reality terhadap minat beli tidak signifikan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Sedangkan augmented reality dan kualitas produk terhadap minat beli

Kata kunci : Augmented Reality, Kualitas Produk, Minat Beli, IKEA