

ABSTRAK

Sejak akhir 2017, produk private label berkembang pesat. Hal ini didasarkan pada data kemenperri yang dikutip dari Jawa Pos dimana bisnis private label berkembang pesat walaupun ditengah turunnya daya beli masyarakat mulai akhir 2017, bahkan produk private label terbukti menjadi “juru selamat” untuk mendongkrak penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga dan penataan produk mempengaruhi minat beli produk ^Indomaret Cabang Bojongsoang Bandung

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. dilakukan kepada konsumen produk *private label* di Indomaret Bojongsoang Bandung. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan kuisisioner terhadap 100 responden yang diambil secara *nonprobability sampling*

Berdasarkan hasil penelitian ini harga dan penataan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara simultan sebesar 52,7%. dan secara parsial menunjukkan variabel harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara parsial sebesar 30,6%. Kemudian pada variabel penataan produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sebesar 22,1%.

Dapat disimpulkan harga dan penataan produk secara bersama – sama berpengaruh secara simultan terhadap minat beli, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kata Kunci : Harga, Penataan Produk dan Minat Beli.