

ABSTRAK

Belakangan ini tingkat peminat konsumen *sneakers* berkembang pesat di Indonesia diikuti dengan munculnya produsen *sneakers* lokal yang beragam, salah satunya Ventela. Berdasarkan data dari google trends sepatu merek ventela mengalami lonjakan sangat tinggi pada oktober 2019 hingga februari 2020, sehingga membuat peneliti ingin mengetahui apa saja yang membuat sneakers ventela diminati salah satunya produk, harga dan promosi yang dilakukan.

Penelitian ini memiliki tujuan, pertama mengetahui dan menganalisis pengaruh produk terhadap minat beli. Kedua, mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli. Ketiga, mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat beli. Keempat mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, promosi terhadap minat beli *sneakers* Ventela di Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik non probability sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan 100 responden konsumen yang pernah membeli *sneakers* Ventela. teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, produk termasuk dalam kategori baik dengan presentase sebesar 81,06%, kemudian harga termasuk dalam kategori yang baik dengan persentase sebesar 81,62%, promosi termasuk dalam kategori baik dengan presentase sebesar 83% dan minat beli juga termasuk dalam kategori yang baik dengan persentase sebesar 81%. berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga dan promosi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli *sneakers* Ventela di Kota Bandung sebesar 50,5% sedangkan sisasanya sebesar 49,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Minat Beli, Ventela.