ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, kualitas

produk dan harga terhadap minat beli di Etalase Pasar Baru Bandung. Tujuan

dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis

bagaiamana variasi produk, kualitas produk dan harga yang ditawarkan baik

secara parsial maupun simultan terhadap minat beli di Etalase Pasar Baru

Bandung.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran

kuisioner dan menggunakan analisis data kuantitatif yang bersifar deskriptif.

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling

yaitu dengan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian

ini adalah konsumen yang mengetahui dan pernah berbelanja di Etalase Pasar

Baru Bandung, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Metode

analisis penelitian ini adalah uji regresi linear berganda dan alat analisis yang

digunakan dengan bantuan SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif menunjukkan

bahwa variabel variasi produk termasuk dalam kategori sangat baik,

sedangkan kualitas produk dan harga termasuk dalam kategori baik. Hasil

analisis linear berganda dapat disimpulkan bahwa variabel variasi produk,

kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat

Beli di Etalase Pasar Baru Bandung baik secara parsial maupun simultan.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 69,7%.

Sedangkan sisanya 30,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti

dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Variasi Produk, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli

v