

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan harga terhadap minat beli konsumen di Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk (X1) dan harga (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) menggunakan rancangan non eksperimen dengan bentuk studi pengaruh. Populasi dari penelitian ini yaitu konsumen di Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri dan sampel yang digunakan sebanyak 140 konsumen. Analisis regresi linier berganda adalah teknik yang digunakan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian analisis uji t menunjukkan diferensiasi produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen, pernyataan tersebut terbukti dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,732 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen, pernyataan tersebut terbukti dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,774 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$). Selanjutnya hasil uji f_{hitung} diperoleh nilai sebesar 22,985 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan diferensiasi produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci : Diferensiasi Produk, Harga, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product differentiation and prices on consumer buying interest in the Garuda Gold Jewelry Shop in Kediri Regency. To determine the effect of product differentiation (X1) and price (X2) on consumer buying interest (Y) using a non-experimental design with a form of influence studies. The population of this study is consumers at the Garuda Gold Jewelry Shop in Kediri Regency and the samples used are 140 consumers. Multiple linear regression analysis is the technique used in this study.

The results of the t-test analysis show that product differentiation has an effect on consumer buying interest, the statement is proven by a tcount of 5.732 with a significant value of 0.000 ($0.000 < 0.05$). The results also show that prices influence consumer buying interest, the statement is proven by the value of tcount of 1.774 with a significant value of 0.001 ($0.001 < 0.05$). Furthermore, the results of the calculated test obtained a value of 22.985 with a significant value of 0.000 ($0.000 < 0.05$). This shows that product differentiation and prices have a simultaneous effect on consumer buying interest.

Keywords: Product Differentiation, Price, Consumer Buying Interest