

ABSTRAK

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DAKARA

Fashion merupakan kebutuhan primer untuk kehidupan manusia sehari-hari untuk melindungi bagian tubuh manusia. Namun seiring perkembangannya zaman, *fashion* bersifat dapat menunjang dalam penampilan sehari-hari. Industri alas kaki nasional telah mampu memasuki pasar global. Indonesia sepanjang tahun 2018, industri alas kaki telah memproduksi sebesar 1,41 miliar sepatu dan memenuhi 4,6 persen kebutuhan alas kaki di dunia. Dengan berkembangnya industri alas kaki di Indonesia, sehingga dapat menjadi peluang bagi perusahaan Dakara. Dakara merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *fashion* khususnya pada bidang alas kaki yang berbahan dasar kulit. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Variasi produk dan Harga terhadap minat beli Dakara. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Variasi produk dan Harga, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah Minat beli. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* dengan jumlah 110 responden yang berusia 18-28 tahun yang berdomisili di kota Surabaya dan Denpasar. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dan rumus yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan Roscoe dengan skala *Likert* yang kemudian diolah dengan menggunakan SPSS dan menggunakan metode Analisis Linear Berganda. Hasil dari Uji t yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan kesimpulan yang menyatakan bahwa Variasi Produk memiliki pengaruh terhadap Minat beli Dakara dan Harga memiliki pengaruh terhadap Minat beli Dakara.

Kata Kunci : variasi produk, harga, dan minat Beli.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT VARIATION AND PRICE TOWARDS PURCHASE INTENTION OF DAKARA

Fashion is primary need for daily human life to protect parts of the human body part. However, along with time development, fashion tends to be able to support in daily appearance. The national footwear industry has been able to enter the global market. Indonesia throughout 2018, the footwear industry has produced 1.41 billion shoes and fulfilled 4.6 percent of the world's footwear needs in the world. With the development of footwear industry in Indonesia, therefore can be opportunity for Dakara company. Dakara is a company that runs in fashion field especially in footwear field that has leather basic material. The purpose of this research is to find out the effect of product variation and price on Dakara purchase intention. Dependent variables in this research are product variation and price, while independent variable in this research is purchase intention. Data collection is done by distributing online questionnaire method with the total of 110 respondents who are 18 to 28 years old that domiciled in Surabaya and Denpasar cities. Sampling technique that is used in this research is purposive sampling technique and the formula that is used in determining the total sample of this research uses Roscoe with Likert scale in which then processed by using SPSS and using Multiple Linear Analysis method. The result of t-test that is done in this research shows conclusion states that product variation has effect on Dakara purchase intention and price has effect on Dakara purchase intention.

Keywords : *product variation, price, and purchase intention.*