

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
PRODUK *PERSELA STORE* LAMONGAN**

**Zogik Izzulhaq Wahyu Perdana
041910123**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product design and price on purchasing interest in *Persela Store* products Lamongan. This research employs quantitative approach. The sampling technique used the simple random sampling method or the sample was determined randomly with a sample size of 100 respondents. Meanwhile, the data analysis methods used validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, determination coefficient test, t test, and F test.

Moreover, based on the results that have been obtained, the t test value of the product design variable is 3.306, the Price variable is 3.869 with a significant value of 0.001, and 0.000. From these results it can be said that partially, product design and price have an influence on purchasing intention. From the F-count test results of 48.738 and a significant value of 0.000. This shows that product design and price have a simultaneous effect on purchasing intention. The regression test results are $Y = 1.340 + 443X_1 + 0.467X_2$ so it is known that price has the most dominant effect on purchasing interest in *Persela Store* products Lamongan.

To conclude with, based on the results of the above research, it can be concluded that overall the independent variables have a significant value with a positive direction. Whereas, the product design and price variables have a significant influence both partially and simultaneously on the dependent variable which is purchasing interest.

Keywords: Product Design, Price, Purchasing Intention

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK PERSELA STORE LAMONGAN

Zogik Izzulhaq Wahyu Perdana
041910123

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk dan harga terhadap minat beli produk *Persela Store* Lamongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Simple Random Sampling* atau sampel ditentukan secara acak dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F.

Dari hasil yang telah diperoleh, nilai uji t variabel desain produk bernilai 3,306, variabel harga bernilai 3,869 dengan nilai signifikan sebesar 0,001, dan 0,000. Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa secara parsial, desain produk dan harga mempunyai pengaruh terhadap minat beli. Dari hasil uji F_{hitung} sebesar 48,738 dan nilai signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa desain produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli. Hasil uji regresi adalah $Y = 1,340 + 443X_1 + 0,467X_2$ sehingga diketahui bahwa harga berpengaruh paling dominan terhadap minat beli produk *Persela Store* Lamongan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel independen mempunyai nilai yang signifikan dengan arah positif. Sedangkan, variabel desain produk dan harga memiliki pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen minat beli.

Kata kunci: Desain Produk, Harga, Minat Beli