

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 bagaimana 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 bersifat 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