

ABSTRAK

Bisnis *online shop* saat ini dianggap sangat potensial sehingga semakin banyak *online shop* yang bermunculan dan menyebabkan persaingan yang semakin tinggi oleh karena itu perlu dilakukan pengenalan akan keinginan konsumen yaitu dengan menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat konsumen terhadap *online shop*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor produk, harga, tempat dan promosi dalam menentukan minat konsumen *online shop*. Populasi yang diambil adalah para konsumen *Online Shop*. Sampel yang diambil sebanyak 50 konsumen. Variabel dalam penelitian ini adalah faktor-faktor minat konsumen online shop yang terdiri dari variabel produk, harga, tempat dan promosi. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis faktor. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen berminat terhadap *online shop* karena produk yang ditawarkan selalu mengikuti trend dan tempat keberadaan *online shop* pada jejaring *Facebook* yang mudah dijangkau oleh konsumen, sedangkan konsumen merasa tidak berminat karena faktor kesesuaian produk yang diawarkan *online shop* tidak sama dengan aktualnya. Maka disarankan kepada pihak *online shop* untuk menawarkan produk yang sesuai dengan produk aktualnya dan hendaknya *online shop* dapat mempertahankan ketepatan waktu dalam menawarkan produk baru yang sesuai dengan trend saat itu.

Kata kunci : Faktor-faktor, minat, produk, harga, tempat dan promosi.