

ABSTRAK

Penelitian dimaksudkan untuk menguji pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan desain produk terhadap minat beli konsumen pada sepatu Compass. Penelitian ini menggunakan pendekatan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan *convenience sampling*. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang mempunyai ketertarikan dan melakukan pembelian sepatu Compass dengan menggunakan sampel 145 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk *structural equation model* PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli dan desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Desain Produk, Minat Beli.



ABSTRACT

The research is intended to examine the effect of product quality, price perception and product design on consumer buying interest in Compass shoes. This study uses a quantitative approach with the sampling technique used is convenience sampling. The subjects of this research are consumers who have an interest and make purchases of Compass shoes using a sample of 145 respondents. The data analysis used is statistical analysis in the form of the PLS structural equation model. The results of this study indicate that product quality has a significant positive effect on buying interest. Price perception has a significant positive effect on buying interest and product design has a significant positive effect on buying interest.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Product Design, Interest in Buying.

