

ABSTRAK

Pengaruh Elastisitas Harga, Diversifikasi Produk, dan Desain Terhadap Pembelian Sandal dan Sepatu (Studi Kasus di Industri Tanggulangin Sidoarjo)

Oleh

Fatimatuz Zahrotul Amaliyah
NIM : 14.021.125

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Pengaruh Elastisitas Harga, Diversifikasi Produk, dan Desain Terhadap Pembelian Sandal dan Sepatu (Studi Kasus di Industri Tanggulangin Sidoarjo). Persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini membuat perusahaan berusaha mendorong calon konsumen untuk membeli. Upaya yang dilakukan adalah elastisitas harga yang bagus, diversifikasi produk yang beragam, dan desain yang lebih variatif. Sampel berjumlah 60 responden yang diambil dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*. Analisa menggunakan SPSS versi 20.00 for Windows. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan Uji F, Uji t serta Uji dominan dengan taraf signifikan 5%. Hasil pengujian terbukti bahwa variabel Elastisitas Harga, Diversifikasi Produk, dan Desain berpengaruh secara simultan yang signifikan dengan hasil regresi linier berganda dalam uji F di peroleh F_{hitung} sebesar 21.243 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,77, sedangkan pengaruh secara parsial yang signifikan melalui Uji t diperoleh t_{hitung} untuk masing-masing variabel bebas yaitu Elastisitas Harga (X_1) sebesar 1.854, Diversifikasi Produk (X_2) sebesar 2.215, dan Desain (X_3) sebesar 4.320 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,672, sedangkan variabel Desain berpengaruh dominan terhadap Pembelian.

Kata Kunci : Elastisitas Harga, Diversifikasi Produk, Desain, Pembelian

ABSTRACT

Effect Of Price Elasticity, Product Diversification, and Design On The Purchase Of Slippers and Shoes

(Case Study in Industry Tanggulangin Sidoarjo)

By

Fatimatuz Zahrotul Amaliyah

NIM : 14.021.125

This study aims to know about the effect of Price Elasticity, Product Diversification, and Design on the Purchase of Slippers and Shoes (case study in Industry Tanggulangin Sidoarjo). Business competition is getting now make the company seeks to encourage potential consumers to purchase. Efforts made are good price elasticity, diversified product diversification, and more varied designs. Samples are 60 respondents taken using Accidental Sampling method. 20.00 analyzed using SPSS for Windows version. The analysis technique used is multiple linear regression analysis using F test, t test and dominant test with 5% significant level. The test results proved that the variable Price Elasticity, Product Diversification, and Design effect simultaneously significant with the results of multiple linear regression in the F test obtained F_{count} amounted to 21.243 greater than F_{table} of 2.77 while the significant partial influence through Test t obtained t_{count} for each independent variable that is Price Elasticity (X_1) equal to 1.854, Product Diversification (X_2) equal to 2.215, and Design (X_3) equal to 4.320 bigger than t_{table} value equal to 1.672, while Design variable dominant effect to Purchase.

Keywords: Price Elasticity, Product Diversification, Design, Purchase