

PENGARUH DESAIN PRODUK, KELOMPOK SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT PEMBELIAN MOBIL HONDA BRIO PADA PT. COKROAMINOTO SARI MOTOR DI DENPASAR

ABSTRAK

Minat pembelian yaitu dengan menciptakan suatu hal yang dapat terekam dalam pikiran konsumen lalu menjadikannya suatu keinginan yang sangat kuat.. Setiap penjual pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memiliki minat untuk membeli produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, menganalisa dan menjelaskan pengaruh desain produk, kelompok social dan gaya hidup terhadap minat pembelian serta mengetahui variable independent manakah yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap variable dependen.

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Denpasar yang memiliki produk mobil Honda Brio dan calon pembeli mobil Honda Brio dengan jumlah yang tidak dapat diketahui. Sampel penelitian ini berjumlah 80 orang yang diambil menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan dengan uji F dan uji t-(test).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable desain produk, variable kelompok social dan variable gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat pembelian. Saran bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variable independent lain seperti variable kualitas pelayanan.

Kata kunci: desain produk, kelompok sosial, gaya hidup, minat pembelian

UNMAS DENPASAR