

ABSTRAK

Industri *fashion* wanita di Indonesia semakin kreatif dan inovatif dikarenakan beranekaragam desain, merek, harga, dan kualitas. Salah satu kota besar dengan industri *fashion* terbaik berada di kota Bandung. Berdasarkan data subsektor, industri kreatif di Kota Bandung pada tahun 2016 memiliki presentase sebesar 43,71% dan di Indonesia tahun 2017 memiliki presentase sebesar 18,15%.

Data *fashion* memiliki hasil yang besar didukung oleh UMKM (Unit Mikro Kecil dan Menengah) yang turut memproduksi produk yang kreatif dan inovatif untuk dipasarkan. UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Negara tetapi dalam setiap tahunnya mengalami penurunan yang signifikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk dan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Ellen Queen Cibaduyut Bandung. Sampel dalam penelitian ini adalah 76 orang pengunjung sepatu Ellen Queen sebagai konsumen. Teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling, yaitu sampling incidental. Teknik pengumpulan data dilakukan wawancara, observasi dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan desain produk dan merek memiliki pengaruh sebesar 63,7% dan berpengaruh positif terhadap minat beli. Secara parsial variabel desain produk memiliki pengaruh sebesar 26,3% dan berpengaruh positif dan signifikan pada minat beli dan variabel merek berpengaruh sebesar 37,4% dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Desain Produk, Merek, Minat Beli

ABSTRACT

The women's fashion industry in Indonesia is increasingly creative and innovative because of its various designs, brands, prices, and quality. One of the big cities with the best fashion industry in the city of Bandung. Based on data from the sub-sector, the creative industry in the city of Bandung in 2016 had a percentage of 43.71% and of Indonesia in 2017 had a percentage of 18.15%.

Fashion data has results supported by MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) which also produce creative and innovative products to be marketed. MSMEs have an important role for the country's economy but in each year they experience a significant decline.

This study aims to determine design products and brands to consumers buying interest shoes Ellen Queen Cibaduyut Bandung. The sample in this study were 76 Ellen Queen visitors as konsuments. This study uses a quantitative approach and questionnaire as a data collecting for konsuments. The sampling technique used are non probability sampling, is incidental sampling. Data collection technique are observations, interviews, and questionnaires. Analytical methods used are multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, and coefficient of determination analysis.

The results showed that simultaneous design product and brand have an influence of 63.7%. Partially product design variables has an influence of 26,3% and has a positive and significant effect on buying interest, and brand variable has an effect of 37,4% and has a positive and significant effect on buying interest.

Keywords: Product Design, Brands, Buying Interest