

ABSTRAK

Menghadapi permasalahan harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, yang di tawarkan Wanina Store terlalu tinggi dibandingkan dengan Galleraj yang memasang harga cenderung lebih murah. sehingga mempengaruhi minat transaksional dimana menentukan konsumen untuk membeli produk adalah faktor harga, CV Kampoeng Radjoet pertama kali didirikan pada tahun 2012 di Jl. Ibrahim Aji Gang Masjid No.28 RT 006 RW 005 Kelurahan Binong Kecamatan Batununggal Bandung, Kampoeng Radjoet berfokus pada bidang industri pakaian sebagai penyuplai bahan baku, pembuatan pakaian serta menjual produk yang telah jadi dengan memiliki anak perusahaan yang menjual pakaian yang telah jadi dengan mengatasnamakan Kampoeng Radjoet salah satunya @Wanina_Store.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah : 1) Mengetahui bagaimana Gambaran Umum Wanina Store Bandung; 2) Mengetahui bagaimana Kondisiharga dan minat beli pada Wanina Store; 3) Mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap minat beli pada Wanina Store; 4) Mengetahui bagaimanahambatan dan upaya Wanina Store dalam menanggapi. Metode penelitian menggunakan kuantitatif, Teknik pengumpulan data melalui observasi non partisipan, wawancara dan pembagian angket. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linear Sederhana, Uji Korelasi Rank Spearman, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis.

Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Besaran pengaruh dari variabel Harga terhadap Minat Beli mendapat persentase sebesar 50,9% pengaruhnya, sedangkan sisanya sebesar 49,1% adalah faktor faktor yang tidak dilakukan penelitian.

Hambatan yang dialami saat ini oleh Wanina Store yang meliputi bidang pemasaran terletak pada belum pemahaman mereka mengenai manfaat fitur fitur promosi yang ada pada media sosial dan e-commerce, zona nyaman menjadi salah satu penyebab juga karena tidak ingin mengikis lebih dalam lagi biaya pemasaran.

Upaya yang dilakukan oleh Wanina Store adalah : 1) Membuat sampe desain produk untuk dipersentasikan ke distributor/retailer ; 2) Pengembangan wilayah distribusi pemasaran; 3) Pengembangan saung-saung penjualan di Kampoeng Rajoet memanfaatkan tanah kosong milik Pemkot; 4) Pengembangan Show Windows untuk produk-produk pilihan di sekitar Jalan Gatot Subroto/Kiaracondong yang letaknya dalam area kelurahan binong 500 Meter dari TSM (Trans Studio Mall)

Kata Kunci : Harga, Minat Beli

ABSTRACT

Facing the problem of price according to ability or price competitiveness, the price offered by Wanina Store is too high compared to Galleraj, which tends to charge lower prices. thus influencing transactional interest which determines consumers to buy products is the price factor, CV Kampoeng Radjoet is precisely on Jl. Ibrahim Aji which has been established since 2012 until now. Kampoeng Radjoet focuses on the clothing industry as a supplier of raw materials, clothing manufacture and selling finished products by having a subsidiary that sells finished clothing on behalf of KampoengRadjoet, one of which is @Wanina_Store.

The purpose of this study is: 1) Knowing how the Overview of Wanina Store Bandung; 2) Knowing how the price condition and buying interest in Wanina Store; 3) Knowing how much influence pricing has on buying interest in the WaninaStore; 4) Knowing how Wanina Store's obstacles and efforts are in responding to them. The research method uses quantitative, data collection techniques through non-participant observation, interviews and questionnaire distribution. Data analysis techniques use Validity Test, Reliablitas Test, Simple Linear Regression Test, Spearman Rank, Correlation Test, Coefficient of Determination Test and Hypothesis Test.

Based on the results of the hypothesis test, the price variable has a significant effect on Buying Interest. The amount of influence of the Price variable on Buying Interest gets a percentage of 50.9% of the influence, while the remaining 49.1% is a factor factor that was not conducted by the study.

The obstacle experienced today by Wanina Store which covers the field of marketing lies in their lack of understanding of the benefits of promotional feature features on social media and e-commerce, the comfort zone is one of the causes also because they do not want to erode more deeply marketing costs.

The efforts made by Wanina Store are: 1) Making product designs to be presented to distributors / retailers; 2) Development of marketing distribution areas; 3) Development of sales huts in Kampoeng Rajoet utilizing vacant land owned by the City Government; 4) Development of Show Windows for selected products around Jalan Gatot Subroto / Kiaracandong which is located in the binong village area 500 meters from TSM (Trans Studio Mall)

Keywords : Price, Buying Interest

ABSTRAK

Nyanghaiareupan masalah harga numutkeun kamampuan atanapi daya saing harga, harga anu ditawarkeun ku Wanina Store tinggi teuing dibandingkeun sareng Galleraj anu nempatkeun harga condong langkung mirah. ku kituna mangaruhan minat transactional dimana nangtoskeun konsumen mésér produk mangrupikeun faktor harga, CV. Kampoeng Radjoet berlokasi di Jl. Ibrahim Aji anu atos tangtung saprak warsih 2012 dugi ayeuna. Kampoeng Radjoet berfokus dina widang industri baju minangka penyuplai bahan lulugu, poko, pembuatan baju sarta ngical produk anu atos janten kalawan ngabogaan anak pausahaan anu ngical baju anu atos janten kalawan ngaku-ngaku Kampoeng Radjoet salah sahijina @Wanina_Store.

Tujuan dipigawe ku manehna panalungtikan ieu teh : 1) Terang kumaha Gambaran Umum Wanina Store Bandung; 2) Terang kumaha Kaayaan pangaos sarta minat meser dina Wanina Store; 3) Terang sabaraha ageung pangaruh penetapan pangaos ka minat meser dina Wanina Store; 4) Terang kumaha tahanan sarta usaha Wanina Store dina nanggapan na. Padika panalungtikan ngagunakeun kuantitatif, Teknik pengumpulan data ngaliwatan observasi non partisipan, wawancara sarta pamerean angket. Teknik analisis data ngagunakeun Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linear Basajan, Uji Korelasi Rank Spearman, Uji Koefisien Determinasi sarta Uji Hipotesis.

Dumasar kening uji hipotesis variabel pangaos boga pangaruh signifikan ka Minat Meser. Besaran pangaruh ti variabel Pangaos ka Minat Meser mendapat persentase sagede 50, 9% pangaruh na, sedengkeun sesana sagede 49, 1% nyaeta faktor faktor anu henteu dipigawe panalungtikan.

Tahanan anu dialaman ayeuna ku Wanina Store anu ngawengku widang pamasaran perenahna dina tacan pamahaman maranehanana ngeunaan mangpaat fitur fitur promosi anu aya dina media sosial sarta e-commerce, zona merenah barobah kaayaan salah sahiji cukang lantaran oge margi henteu hoyong mengikis leuwih jero deui waragad pamasaran.

Usaha anu dipigawe ku Wanina Store nyaeta : 1) Midamel sampe desain produk kanggo dipersentasikeun ka distributor/retailer ; 2) Pengembangan wilayah distribusi pamasaran; 3) Pengembangan saung-saung penjualan di Kampoeng Radjoet ngamangpaatkeun taneuh teu aya kaduh Pemkot; 4) Pengembangan Show Windows kanggo produk-produk pilihan di kira-kira Jalan Gatot Subroto/Kiaracondong anu tempatna dina wewengkon kalurahan binong 500 Meter ti TSM (Trans Studio Mall

Kecap Kunci : Harga, Minat Meuli