

**PENGARUH BAURAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
(Suatu Studi pada Konsumen Diamond Victory Store Tasikmalaya)**

**ARTIKEL**

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu



Oleh,

**DINDIN NURYADIN**  
**3402150193**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH  
TAHUN 2022**

# **PENGARUH BAURAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Suatu Studi pada Konsumen Diamond Victory Tasikmalaya)**

Dindin Nuryadin<sup>1</sup>, Nurdiana Mulyatini<sup>2</sup>, Faizal Haris Eko Prabowo<sup>3</sup>  
<sup>123</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Galuh  
[dindin.bungsu@gmail.com](mailto:dindin.bungsu@gmail.com)

## **Abstrak**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Bauran Produk terhadap Minat Beli (Suatu Studi pada Konsumen Diamond Victory Store Tasikmalaya). Adapun yang menjadi latar belakang penelitian ini karena tingkat minat beli pada produk yang ditawarkan Diamond Victory sangatlah rendah juga banyaknya konsumen yang merasa bahwa bauran produk dari kebanyakan produk yang beredar di pasaran kurang memenuhi keinginan dari konsumen atau kurang maksimalnya kualitas yang diberikan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: Bagaimana pengaruh bauran produk terhadap Minat beli pada perusahaan clothing Diamond Victory Tasikmalaya. Adapun tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh bauran produk terhadap minat beli pada perusahaan *clothing* Diamond Victory Tasikmalaya. Metode dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah jumlah transaksi konsumen produk Nevada pada tahun 2020 yang berjumlah 3.752, dengan sampel yang dipilih yaitu sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini, pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran angket kuesioner. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis koefisien korelasi sederhana, Analisis koefisien determinasi, uji t. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Bauran Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli dengan persentase sebesar 62,24% dan sisanya 37,76% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Pada produk yang ditawarkan oleh Diamod Victory Store Tasikmalaya, penerapan Bauran Produk sudah termasuk dalam kategori baik, namun diharapkan Diamond Victory Store Tasikmalaya dapat mempertahankan dan mengevaluasi penerapan tersebut agar lebih ditingkatkan lagi sehingga dapat lebih menarik minat konsumen untuk berbelanja pada perusahaan *clothing* Diamond Victory Store Tasikmalaya.

**Kata Kunci : Bauran Produk, Minat Beli, dan Minat Beli Konsumen**

## DAFTAR PUSTAKA

- Achidah Nur, M Mukery Warso dan Leonardo Budi Hasiolan, *Journal of Management*, Vol. 2 No. 2, Maret 2016
- Alexi, Mario. 2017. *Brand Image dan Produk Desain Terhadap Purchase Decision dan Repurchase Intention pada Produk Sepatu Futsal Merek Spechs di Kota Pekamaru*. JOM Fekom Vol.4 No.1 (Februari)
- Armstrong, Kotler 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc
- Armstrong, Kotler 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc
- Charles Lamb, W.et.al. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta.
- Hamel, G dan Prahalad, C, K. 2011. *Kompetensi Masa Depan*. Yogyakarta: Bina Rupa. Askara.
- Kotler, dan Kelller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Morgan, R. M., & Hunt, S.D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58. 20–38.
- Mulyatini, N., & Yustini, I. (2021). *Pengaruh On Shelf Availability Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian* (Suatu Studi Pada Konsumen Toko H. Junaedi Kawali Distributor Produk Merek Rabbani). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 126-140.
- Saladin, Djalim. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat. Bandung: Linda Karya.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran I*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.