

**PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO
SEMBAKO KO IWAN BANDAR LAMPUNG**

CLAUDIA LOUISE VERNIZA TAN

20612010044

ABSTRAK

Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung merupakan usaha yang menjual produk sembako, seperti beras, telur, gula, minyak goreng, dan kerupuk. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variasi produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk sembako di Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Data didapatkan penulis dengan menyebarkan angket/kuesioner kepada konsumen Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial (uji-t) dan hasil yang didapatkan adalah nilai t_{hitung} sebesar $2,716 > t_{tabel}$ 1,66 dan nilai pada kolom sig $0.008 < 0.05$ artinya variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Analisis koefisien determinasi dilihat dari nilai R Square (R^2) sebesar 0,97 yang berarti minat beli konsumen dipengaruhi variasi produk sebesar 9,7%, sedangkan sisanya sebesar 90,3% minat beli konsumen pada Toko Sembako Ko Iwan Bandar Lampung dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: variasi produk, minat beli konsumen

**THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIATIONS ON CONSUMER BUYING INTEREST AT
KO IWAN GROCERY STORES IN BANDAR LAMPUNG**

CLAUDIA LOUISE VERNIZA TAN

20612010044

ABSTRACT

Ko Iwan's grocery store in Bandar Lampung is a business that sells basic food products, such as rice, eggs, sugar, cooking oil, and crackers. The purpose of this study was to analyze the effect of product variation on consumer buying interest at Ko Iwan's grocery store in Bandar Lampung. The research method used in this research is quantitative research method. The population in this study were all consumers who bought basic food products at Ko Iwan's grocery store in Bandar Lampung. The sampling technique used in this study was purposive sampling technique. The data was obtained by the author by distributing questionnaires to consumers of Ko Iwan's grocery store in Bandar Lampung. The data analysis technique used is descriptive analysis and simple linear regression.

The results of this study indicate partially (ui-t) and the results obtained are the tcount value of $2.716 > t \text{ table } 1.66$ and the value in the sig column is $0.008 < 0.05$, meaning that product variation has a significant effect on consumer buying interest. The analysis of the coefficient of determination seen from the R Square (R^2) value of 0.97, which means that consumer buying interest is influenced by product variations by 9.7%, while the remaining 90.3% of consumer buying interest in Ko Iwan's grocery store in Bandar Lampung is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: product variation, consumer buying interest