

ABSTRAK

Produk SOLAHART memberikan keunggulan produk yang hemat energi dan ramah lingkungan, hanya menggunakan energi matahari dari alam. Namun dalam pemenuhan kebutuhan konsumen, tingkat penjualannya belum menunjukkan hasil yang signifikan dan relatif rendah. Penelitian ini akan membahas tentang meningkatkan minat beli melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening dengan dukungan desain produk, kualitas produk dan inovasi teknologi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Responden yang digunakan sebanyak 115 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) yang digunakan melalui program AMOS 21.0. Hasil pengujian menggunakan SEM menunjukkan kriteria dari goodness of fit full model adalah chi-squares 80.503, χ^2/df 1.388, degree of freedom 58, probability 0.27, GFI 0.907, AGFI 0.853, CFI 0.956, TLI 0.941, RMSEA 0.058.

Hasil uji terhadap kelima hipotesis membuktikan adanya dua hipotesis yang ditolak. Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi secara signifikan keunggulan bersaing yaitu desain produk dan inovasi teknologi. Faktor desain produk ternyata memiliki pengaruh paling kuat terhadap keunggulan bersaing dibanding dengan inovasi teknologi sedangkan kualitas produk tidak terbukti mempengaruhi keunggulan bersaing.

Kata Kunci : Desain Produk, Kualitas Produk, inovasi teknologi, keunggulan Bersaing, Minat Beli.