

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, desain produk, promosi dan persepsi harga terhadap minat beli produk Hardware yang berada di Kota Semarang. Hardware merupakan *brand* lokal yang sudah ada sejak tahun 1997. Perkembangan *fashion* di Indonesia yang semakin pesat menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari adanya penurunan penjualan dan tidak tercapainya target penjualan pada Hardware.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yang dilakukan melalui cara *convenience sampling* yaitu memilih responden yang secara kebetulan di temui oleh peneliti. Responden penelitian ini adalah konsumen yang belum pernah membeli dan memiliki keinginan untuk membeli produk serta pernah mengunjungi *store* Hardware di Kota Semarang sebanyak 100 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, desain produk, promosi dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil uji persamaan regresi adalah $Y = 0,473 X_1 + 0,266 X_2 + 0,122 X_3 + 0,194 X_4$.

Kata kunci: kualitas produk, desain produk, promosi, persepsi harga, minat beli