

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan desain produk serta interaksi keduanya terhadap keputusan membeli konsumen batik EKA Batik Semarang. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden, yaitu konsumen batik EKA Batik yang melakukan pembelian di showroom EKA Batik. Responden diperoleh melalui teknik *purposive sampling*, yaitu responden dipilih berdasarkan tujuan-tujuan tertentu yang telah ditetapkan peneliti, jenis yang digunakan adalah *judgment sampling*. Dari penyebaran kuesioner dihasilkan sebanyak 39 responden masuk dalam kelompok harga terjangkau, 27 masuk dalam kelompok harga bersaing, dan 34 responden masuk dalam kelompok harga sesuai kualitas. Sedangkan sebanyak 40 responden menyukai model terbaru, 42 menyukai corak batik, dan 18 menyukai warna. Pada kelompok harga dan desain produk, responden paling banyak berada pada kelompok harga terjangkau dan model terbaru.

Data yang dihasilkan diolah dengan Two Ways anova dengan bantuan SPSS 12. Dari hasil Two Ways Anova dapat dibuktikan bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan membeli dengan nilai F sebesar 3,647 dan signifikan pada 0,030, desain produk juga mempunyai pengaruh terhadap keputusan membeli dengan nilai F sebesar 3,445 dan signifikan pada 0,036. Serta harga dan desain produk mempunyai pengaruh interaksi terhadap keputusan membeli dengan nilai F 5,784 dan signifikan pada 0,000.

Kata Kunci: Harga, Desain Produk, Interaksi Harga dan Desain Produk, dan Keputusan Pembelian.