

**ABSTRAK**

Judul : Pengaruh Variasi Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi terhadap Minat Beli. (Studi Kasus pada Konsumen Dum Dum Thai Tea Binus Kemanggisan, Jakarta Barat)

Nama : Muhamad Rifky Hidayat

Program Studi : Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Variasi Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli pada konsumen Dum Dum Thai Tea di wilayah Binus Kemanggisan, Jakarta Barat. Variabel Independen terdiri atas Variasi Produk, Persepsi Harga dan Lokasi variabel dependen adalah Minat Beli. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Dum Dum Thai Tea di wilayah Binus Kemanggisan, Jakarta Barat yang sudah melakukan pembelian sebanyak dua kali atau lebih. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 120 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yang bersifat kausal dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa Variasi Produk, Persepsi Harga dan Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Secara parsial Persepsi Harga dan Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli. Sedangkan Variasi Produk tidak berpengaruh terhadap minat beli walaupun memiliki nilai positif.

**Kata Kunci : Variasi Produk, Persepsi Harga, Lokasi, *Minat Beli*, Dum Dum Thai Tea**

**ABSTRACT**

**Title** : *Effect of Product Variation, Price Perception and Location on Purchase Interest. (Case Study on Dum Dum Thai Tea Binus Kemanggisan Consumers, West Jakarta)*

**Name** : Muhamad Rifky Hidayat

**Study Program** : Management

*This study aims to determine the effect of Product Variation, Price Perception and Location on Purchase Interest in Dum Dum Thai Tea consumers in the Binus Kemanggisan area, West Jakarta. The Independent Variable consists of Product Variation, Price Perception and Location The dependent variable is Buy Interest. This research was conducted on consumers Dum Dum Thai Tea in the Binus Kemanggisan area, West Jakarta, which has made purchases twice or more. The sample used was 120 respondents with a sampling technique that is purposive sampling. This type of research is causal associative and the method used in this research is Multiple Linear Regression Analysis*

*The results of this study simultaneously show that Product Variation, Price Perception and Location have a positive and significant effect on Purchase Interest. Partially, Perception of Price and Location has positive and significant influence on buying interest. While Product Variation has no effect on buying interest even though it has a positive value*

**Keywords:** *Product Variation, Price Perception, Location, Purchase Interest, Dum Dum Thai Tea*

**Universitas Esa Unggul**

