

## **ABSTRAK**

FITRI SAMSI NURAZIZAH. NIM 2018116027. Pengaruh keragaman produk terhadap minat beli konsumen pada toko *fashion* Fitri Sabila Hijab di Pasar Gereja Jakarta Barat. Dibawah bimbingan bapak H.Miswan, SE, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh terjadinya pandemi covid-19 yang melanda seluruh dunia sehingga menyebabkan perekonomian Indonesia mengalami penurunan. Dampak yang ditimbulkan yaitu penurunan pembelian pada toko *offline* termasuk pada toko *fashion* Fitri Sabila Hijab di Pasar Gereja Jakarta Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penilaian konsumen tentang pengaruh keragaman produk terhadap minat beli pada toko *fashion* Fitri Sabila Hijab di Pasar Gereja Jakarta Barat. Sampel yang digunakan pada penelitian sebanyak 90 responden sebagai konsumen produk toko *fashion* Fitri Sabila Hijab. Pendekatan yang digunakan yaitu jenis metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan regresi linear sederhana.

Hasil dari penelitian ini sebagai berikut: (1) penilaian konsumen tentang keragaman produk toko *fashion* Fitri Sabila Hijab masuk dalam kategori sangat beragam. (2) penilaian konsumen tentang minat beli pada toko *fashion* Fitri Sabila Hijab masuk dalam kategori sangat minat. (3) keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko Fashion Fitri Sabila Hijab di Pasar Gereja Jakarta Barat.

Kata kunci: keragaman produk, minat beli, fashion hijab

## **ABSTRACT**

FITRI SAMSI NURAZIZAH. NIM 2018116027. The effect of product diversity on consumer buying interest at the Fitri Sabila Hijab fashion store in the West Jakarta church market. Under the guidance of Mr. H. Miswan, SE, M.Sc.

This research is motivated by the occurrence of the Covid-19 pandemic which has hit the whole world, causing the Indonesian economy to experience a decline. The impact was a decrease in purchases at offline stores, including the Fitri Sabila Hijab fashion shop at the West Jakarta Church Market.

This study aims to analyze consumer judgments about product diversity on purchase intention at the Fitri Sabila Hijab fashion store in the West Jakarta church market. The sample used in this study was 90 respondents as consumers of fashion shop products Fitri Sabila Hijab. The approach used is a type of quantitative descriptive method using simple linear regression.

The results of this study are as follows: (1) consumer judgments about the diversity of products from the Fitri Sabila Hijab fashion store fall into a very diverse category. (2) the consumer's assessment of buying interest at the Fitri Sabila Hijab fashion store is in the very interest category. (3) product diversity has a positive and significant effect on consumer buying interest at the Fashion Fitri Sabila Hijab store in the West Jakarta Church Market.

Keywords: product diversity, buying interest, hijab fashion