

ABSTRAK
PENGARUH KEUNIKAN DAN LIMITED EDITION PRODUK
DISTRO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
Studi Kasus Pada Mobsters Distro, Yogyakarta

Ferri Wahyu Adhi
Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2010

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1). Pengaruh *keunikan* dan *limited edition* secara simultan terhadap minat beli konsumen, 2). Pengaruh *keunikan* dan *limited edition* secara parsial terhadap minat beli konsumen.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen *Mobsters* distro. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Uji Validitas menggunakan teknik Korelasi *Product Moment* dan Uji Reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F dan Uji t pada taraf signifikansi 5%, dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa : 1). Secara simultan variabel *keunikan* dan *limited edition* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. 2). Secara parsial masing-masing variabel *keunikan* dan *limited edition* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

ABSTRACT

THE EFFECT OF UNIQUENESS AND LIMITED EDITION ON DISTRO PRODUCTS TOWARD PURCHASE INTEREST Case Study at Mobsters Distro, Yogyakarta

Ferri Wahyu Adhi
Faculty of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2010

This research aims at understanding: 1) the effect of *uniqueness* and *limited edition* simultaneously toward consumers' purchasing interest, 2) the effect of *uniqueness* and *limited edition* partially toward consumers' purchasing interest.

The population in this research was the consumers of Mobsters distro. The sample was 100 respondents. The sample taking technique used was *Accidental Sampling* method. The validity test used the *Moment Product* Correlation technique and the reliability test used the *Cronbach's Alpha* pattern. The data analysis technique used in this research was Multiple Linear Regression Analysis, the F test and t test with significance degree of 5%, and the classical assumption test.

The data analysis showed that: 1) the variable *uniqueness* and *limited edition* simultaneously had significant effect toward the consumers' purchase interest. 2) Each variable *uniqueness* and *limited edition* partially had significant effect toward the consumers' purchase interest.