

**PENGARUH *PRICE BUNDLING* DAN *PRODUCT BUNDLING*  
TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA PRODUK  
KOSMETIK *ONLINE SHOP* MYBEU**

**Oleh**

**Venti Dwi Mega Kartika, NIM 1817011061**

**Program Studi Pendidikan Ekonomi**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara parsial maupun simultan pengaruh *price bundling* dan *product bundling* terhadap minat konsumen pada produk kosmetik *online shop* Mybeu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausalitatif. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen *online shop* Mybeu yang membeli penggabungan produk secara *online* maupun *offline* di toko. Sampel penelitian ditentukan dengan teknik *purposive sampling* yang diperoleh sebanyak 100 responden. Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh melalui pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui google form. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *SPSS 23.0 for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *price bundling* berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dengan perolehan hasil signifikansi  $0,000 < 0,05$ . (2) *product bundling* berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dengan perolehan hasil signifikansi  $0,000 < 0,05$ . (3) *price bundling* dan *product bundling* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dengan perolehan hasil signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci:** *price bundling*, *product bundling*, minat konsumen.

**PENGARUH *PRICE BUNDLING* DAN *PRODUCT BUNDLING*  
TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA PRODUK  
KOSMETIK *ONLINE SHOP* MYBEU**

Oleh

**Venti Dwi Mega Kartika, NIM 1817011061**

**Program Studi Pendidikan Ekonomi**

**ABSTRACT**

This study aims to partially or simultaneously examine the effect of *price bundling* and *product bundling* on consumer interest in *online shop* Mybeu. sThis study uses a causal type of research. The research population is all *online shop* consumers who buy product combinations *online* and *offline* at the store. The research sample was determined by *sampling technique* purposive as many as 100 respondents. Research data is primary data obtained through data collection using questionnaires distributed through google form. The data analysis technique used multiple linear regression analysis with the help of *SPSS 23.0 for windows*. The results of this study indicate that (1) *price bundling* has a significant effect on consumer interest with the acquisition of a significance result of  $0.000 < 0.05$ . (2) *product bundling* has a significant effect on consumer interest with the acquisition of a significance result of  $0.000 < 0.05$ . (3) *price bundling* and *product bundling* simultaneously have a significant effect on consumer interest with the acquisition of a significance result of  $0.000 < 0.05$ .

**Keywords:** *price bundling, product bundling, consumer interest.*