



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain gambar terhadap minat beli pada Starcross Clothingline. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuisisioner kepada 60 responden dan responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Departemen Ekonomina dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara desain gambar terhadap minat beli pada Starcross Clothingline adalah sebesar 26,3% dan koefisien determinasi sebesar 0,499. Berdasar analisis pengaruh desain gambar terhadap minat beli mempunyai pengaruh yang rendah sehingga perlu meningkatkan lagi dan menggunakan strategi pemasaran lainnya untuk dapat meningkatkan minat beli.

Kata kunci : Desain gambar, Minat beli



ABSTRACT

The aim of this research is to determine the effect of graphic design on the buying interest of the customers in Starcross clothingline. This research used a quantitative approach by distributing questionnaires to 60 respondents and the respondents are the students of Economics and Busines Departement, Vocational College of Gadjah Mada University.

The results of this research show that there is a positive effect between graphic design toward buying interest of the customers in Starcross Clothingline. The number is 26,3% and the coefficient of determination is 0,499. Based on the analysis, the effect of graphic design to the customers' buying interest have small effect. Therefore, Starcross clothingline is supposed to improve and to advance their marketing strategy in order to increase the customers' buying interest.

Keyword : Graphic design, buying interest.