

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI GULA AREN DI DESA SAMBIRENTENG

Oleh

I Gede Suteja, NIM 1917011074

Program Studi Pendidikan Ekonomi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli gula aren di Desa Sambirenteng dan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli gula aren di Desa Sambirenteng. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan pada konsumen dalam menentukan faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli terhadap gula aren di Desa Sambirenteng. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen dari produk gula aren yang jumlahnya 90 teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi penyebaran kuesioner dan analisis faktor. Berdasarkan hasil dari penelitian ini diketahui bahwa nilai faktor *loading* yang lebih besar atau sama dengan 0,5 dan faktor yang memiliki nilai *loading* besarnya sama atau melebihi 0,5 adalah faktor kemasan, promosi dan harga dan faktor yang memiliki nilai *loading* yang paling besar adalah faktor promosi. Jadi faktor yang mempengaruhi minat beli gula aren di Desa Sambirenteng adalah faktor kemasan, promosi dan harga. faktor yang paling dominan mempengaruhi minat beli adalah faktor promosi.

Kata kunci: Minat Beli, Kemasan, Promosi, Harga.

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence buying interest in palm sugar in Sambirenteng Village and the most dominant factors influencing buying interest in palm sugar in Sambirenteng Village. This study uses a quantitative research design which is carried out through collecting field data on consumers in determining what factors influence buying interest in palm sugar in Sambirenteng Village. The sample in this study were consumers of palm sugar products, the number of which was 90. The data collection technique used was observation by distributing questionnaires and factor analysis. Based on the results of this study it is known that the factor loading value that is greater than or equal to 0.5 and the factor that has a loading value equal to or exceeds 0.5 is the packaging, promotion and price factor and the factor that has the greatest loading value is the promotion factor. So the factors that influence buying interest in palm sugar in Sambirenteng Village are packaging, promotion and price factors. The most dominant factor influencing buying interest is the promotion factor.

Keywords: *Purchase Intention, Packaging, Promotion, Price.*

