

ANALISIS MINAT BELI ULANG KONSUMEN MINUMAN KEKINIAN XYZ

Oleh :

Saraswati Martika Padma¹, Ika Restu Revulaningtyas²

ABSTRAK

Banyaknya kedai yang menjual minuman kekinian dan gaya hidup masyarakat yang berubah, menyebabkan semakin banyaknya merek minuman hadir di tengah-tengah masyarakat, terutama masyarakat dengan usia yang masih remaja. Maraknya minuman kekinian saat ini menjadikan CV XYZ tertarik untuk mendirikan minuman yang diberi nama dengan minuman XYZ. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis minat beli ulang konsumen terhadap produk minuman XYZ. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut yang mempengaruhi minat beli ulang produk minuman XYZ, mengetahui atribut yang harus diperbaiki dan alternatif saran perbaikan atribut untuk memenuhi keinginan konsumen. Data yang diperlukan dalam penelitian ini didapatkan melalui hasil kuesioner mengenai sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan, minat beli ulang dan kualitas pelayanan pelanggan dari konsumen minuman XYZ, dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada sejumlah responden yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Penyebaran kuesioner ini dilakukan kepada 30 responden secara *online* dan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil yang didapatkan pada penelitian “Analisis minat beli ulang konsumen minuman kekinian XYZ” yaitu responden merasa mudah untuk melakukan beli ulang minuman XYZ, selain itu juga kedai minuman XYZ mudah ditemukan di lingkungan responden yang memungkinkan responden untuk melakukan pembelian ulang, dan responden cenderung sangat puas bahwa dirinya memiliki kemampuan yang cukup untuk membeli kembali minuman XYZ seperti kemampuan waktu, uang dan sumber daya lainnya.

Kata kunci: minat beli ulang, minuman kekinian, *purposive sampling*

¹ Mahasiswa Departemen Teknologi Hayati dan Veteriner, SV UGM

² Dosen Departemen Teknologi Hayati dan Veteriner, SV UGM

ANALYSIS OF CONSUMER REPURCHASE INTEREST OF CONTEMPORARY BEVERAGE XYZ

By:

Saraswati Martika Padma¹, Ika Restu Revulaningtyas²

ABSTRACT

Many stores sell contemporary beverage and the difference lifestyle of some people, makes contemporary beverage growth rapidly in the middle of citizens especially teenagers with many brands they have made. It makes CV XYZ company attracted to produce hip drinks with brand "XYZ Drink". This research analyze about consumer re-buy interest on XYZ drink. This research aims to analyze the attributes of consumer re-buy influence at XYZ drink, aims to know fix attributes and alternative recommendation to fullfill costumer's desire. Required data at this research are attitude, subjective norm, perceived behavioral control, re-buy consumer interest, and customer service quality on qualified XYZ drinks consumers obtained from distributed questionnaire. The questionnaires use purposive sampling method and distributed on 30 respondents by online. The results obtained from research " analysis of consumer repurchase interest of contemporary beverage XYZ " are: consumers find it easy to re-buy XYZ drinks, XYZ drinks store is easy to find near the respondents, so they're allow re-buy this product. The respondents also very satisfied and they have ability to re-buy XYZ drinks like money, time, and other resources.

Keywords: re-buy interest, hip drinks, purposive sampling,

¹*Student of Department of Bioresources Technology and Veterinary, SV UGM*

²*Teacher of Department of Bioresources Technology and Veterinary, SV UGM*