

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI SOSIS PREMIUM PADA MAHASISWA FAKULTAS PETERNAKAN UGM

**Pristya Tika Dyah Ayu
19/443023/PT/08155**

INTISARI

Latar belakang penelitian ini adalah sosis premium merupakan produk peternakan yang mampu menjaring pasar remaja. Sosis premium ini memiliki harga yang termasuk mahal dikalangan remaja, namun memiliki tingkat penjualan top brand 10 makanan beku nomor 2 khususnya merk kanzler. Namun dalam pembelian ini remaja khususnya mahasiswa memiliki faktor-faktor. Faktor minat beli mahasiswa diantaranya yaitu uang saku, promo dan pengetahuan gizi. Materi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Gadjah Mada Angkatan 2019 dan 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah pengambilan keputusan menggunakan *purposive sampling*. Dengan kriteria pernah mengonsumsi sosis kanzler dan mengakses tiktok. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan fungsi untuk mengetahui pengaruh faktor minat beli khususnya pengaruh uang saku, pengetahuan gizi dan promosi secara bersama-sama mempengaruhi minat beli. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel uang saku mempengaruhi dalam perilaku pembelian sosis premium. Pada variabel promosi menunjukkan bahwa berpengaruh pada pembelian sosis premium. Pada variabel pengetahuan gizi menunjukkan berpengaruh pada minat beli terhadap sosis premium. Dari ketiga faktor berpengaruh dan nilai dari pengetahuan gizi (79,2%), promosi (29,8%) dan uang saku (20,6%)
Kata Kunci : Minat Beli, Perilaku Konsumen, Pengetahuan Gizi, Promosi, Uang Saku.

FACTORS INFLUENCING BEHAVIOR ANIMAL HUSBANDRY FACULTY STUDENTS IN INTEREST BUY PREMIUM SAUSAGES

**Pristya Tika Dyah Ayu
19/443023/PT/08155**

ABSTRAC

The background of this research is premium sausage is a livestock product that is able to capture the youth market. This premium sausage has a price that is quite expensive among teenagers, but has a sales level of the top 10 frozen food brands number 2, especially the kanzler brand. However, in this purchase, teenagers, especially students, have factors. Factors in student buying interest include pocket money, promotion and knowledge of nutrition. The materials used in this study were students of the Faculty of Animal Husbandry, Gadjah Mada University, Class of 2019 and 2020. The research method used was decision making using purposive sampling. With the criteria of having consumed kanzler sausage and accessing tiktok. The method of analysis is multiple linear regression with a function to determine the influence of buying interest factors together to influence buying interest. The research instrument used was a questionnaire. The results of the study showed that the variable pocket money influences the buying behavior of premium sausages. The promotion variable shows that it influences the purchase of premium sausages. The nutritional knowledge variable shows an effect on buying interest in premium sausages. Of the three influential factors and the value of knowledge of nutrition (79.2%), promotion (29.8%) and pocket money (20.6%

Keywords: Consumer Behavior, Purchase Intention, Promotion, Pocket Money, and Knowledge of Nutrition