



## INTISARI

### **ANALISIS PENGARUH VALUE PROPOSITION TERHADAP MINAT BELI PRODUK "COKELAT NDALEM"**

Daya beli masyarakat yang semakin menurun dirasakan oleh para pelaku usaha di mana terjadi penurunan penjualan hingga profit yang signifikan akibat dari biaya produksi yang membengkak. Perekonomian yang tidak stabil akibat Covid-19 serta terjadinya *shifting konsumen* karena perbedaan generasi menjadi penyebabnya. Fenomena ini terjadi di salah satunya merek oleh-oleh khas Jogja yaitu Cokelat nDalem.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis terjadinya penurunan daya beli konsumen Cokelat melalui berdasarkan *value proposition* produk tersebut, yang mana memiliki peran utama dalam menarik perhatian konsumen. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui wawancara *in depth interview* dengan pihak Cokelat nDalem dan dilakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen dan dilakukan analisis untuk mengetahui minat beli produk Cokelat nDalem berdasarkan variabel dalam *value proposition*.

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat diketahui seberapa besar pengaruh dari *value proposition* terhadap minat beli dengan harapan dapat meningkatkan kembali daya beli konsumen dengan mengembangkan nilai yang ada.

Kata kunci: cokelat, daya beli, minat beli, penurunan, *value proposition*.



## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF VALUE PROPOSITION TOWARDS PURCHASE INTENTION OF "COKELAT NDALEM" PRODUCTS**

The decreasing purchasing power of the community is being felt by business actors, where there has been a significant decline in sales and profits due to rising production costs. The unstable economy caused by Covid-19 and the consumer shift due to generational differences are the reasons behind this phenomenon. This issue also experienced by one of the iconic souvenir brands from Yogyakarta, Cokelat nDalem.

This research aims to analyze the decline in consumer purchasing power for Cokelat nDalem based on the product's value proposition, which plays a crucial role in attracting consumer attention. In this study, data were obtained through in-depth interviews with the Cokelat nDalem team and the distribution of questionnaires to consumers. The data were then analyzed to understand the purchasing interest in Cokelat nDalem products based on variable within the value proposition.

From the results of this study, it is expected to determine the extent of the influence of the value proposition on purchasing interest, with the hope of increasing consumer purchasing power by enhancing existing values.

Keywords: chocolate, decrease, purchasing power, purchasing interest, value proposition