UNIVERSITAS GADJAH MADA
Analisis Persepsi Kualitas dan Penataan Produk Buah Segar Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Ritel Modern dan Tradisional
TIARA LYLA DEVANTRI, Dr. Novita Erma Kristanti, S.T.P., M.P. ; Dr. Ir. Guntarti Tatik Mulyati, M.T.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ANALISIS PERSEPSI KUALITAS DAN PENATAAN PRODUK BUAH SEGAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RITEL MODERN DAN TRADISIONAL

INTISARI

Oleh:

TIARA LYLA DEVANTRI

20/463700/TP/12978

Persaingan antara ritel buah modern dan tradisional dalam penjualan buah segar mencerminkan dinamika yang kompleks. Konsumen sering kali memilih berdasarkan preferensi pribadi, kebutuhan, dan nilai-nilai yang mereka persepsi kan. Strategi pemasaran yang tepat akan memberikan nilai bagi konsumen sebelum melakukan pembelian. Kualitas produk dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk sedangkan penataan produk dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan berbelanja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan atau persepsi konsumen mengenai kualitas produk dan juga penataan produk buah segar serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian

Analisis dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS 29.* Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* serta jumlah sampel (responden) yang digunakan yaitu 100 orang. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu berusia 18 tahun atau lebih, pernah melakukan pembelian produk buah di ritel modern dan tradisional Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan penataan produk buah segar di ritel modern termasuk dalam kategori "sangat baik" dan kategori "baik" untuk ritel buah tradisional. Didapatkan dari hasil uji hipotesis bahwa persepsi kualitas produk dan penataan produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian buah segar di ritel modern dan tradisional.

Kata kunci: Kualitas produk, Penataan Produk, Keputusan Pembelian, Ritel, Buah Segar

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Analisis Persepsi Kualitas dan Penataan Produk Buah Segar Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Ritel Modern dan Tradisional
TIARA LYLA DEVANTRI, Dr. Novita Erma Kristanti, S.T.P., M.P. ; Dr. Ir. Guntarti Tatik Mulyati, M.T.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ANALYSIS OF PERCEPTIONS OF QUALITY AND DISPLAY FRESH FRUIT PRODUCTS ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS IN MODERN AND TRADITIONAL RETAIL

ABSTRACT

Oleh:

TIARA LYLA DEVANTRI

20/463700/TP/12978

Competition between modern and traditional fruit retailers in fresh fruit sales reflects complex dynamics. Consumers often choose based on personal preferences, needs, and perceived values. The right marketing strategy will provide value to consumers before they make a purchase. Product quality can affect the level of consumer satisfaction in purchasing a product, while product display can help customers make shopping decisions. This study aims to determine consumer views or perceptions regarding product quality and the display of fresh fruit products, and how these have an influence on purchasing decisions.

The analysis was carried out using the multiple linear regression analysis method with the help of SPSS 29 software. Sampling was carried out using the purposive sampling method, and the number of respondents used was 100. The criteria for respondents in this study were that they were aged 18 years or older and had purchased fruit products at modern and traditional retail outlets in the Special Region of Yogyakarta.

The results of the analysis show that consumer perceptions of product quality and display of fresh fruit products in modern retail are included in the "very good" category and the "good" category for traditional fruit retail. It was obtained from the results of the hypothesis test that the perception of product quality and product display had a positive influence on the decision to purchase fresh fruit in modern and traditional retail.

Keywords: Product quality, Product Display, Purchasing decision, Retail, Fresh fruit