

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN VARIAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN FAPET MILK

Priska Diva Mahardika Putri
21/476913/PT/08893

INTISARI

Penelitian ini memiliki latar belakang yaitu maraknya persaingan industri persusuan yang menyebabkan produsen Fapet Milk harus mengetahui minat beli konsumen untuk memahami pasar dan keinginan konsumen Fapet Milk yang menjadi landasan perancangan strategi pemasaran oleh produsen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, dan varian produk terhadap minat beli pada konsumen Fapet Milk. Sampel yang diambil sebanyak 110 responden yang dihitung dengan metode *purposive sampling* dan pengambilan data menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring. Faktor minat beli (Y) konsumen terhadap pembelian produk Fapetmilk diukur dan ditentukan dari tiga variabel bebas yaitu faktor harga (X1), promosi (X2), dan varian produk (X3). Metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi olah data Microsoft Excel dan SPSS 23. Hasil dari pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa promosi dan varian produk memiliki pengaruh signifikan dengan nilai signifikansi promosi sebesar 0,000 ($P < 0,01$) yang menunjukkan apabila promosi sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi minat beli konsumen. Varian produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 ($P < 0,01$) yang menunjukkan apabila varian produk merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi minat beli konsumen. Variabel harga 0,775 ($P < 0,01$) dimana menunjukkan apabila variabel harga dalam penelitian ini tidak mempengaruhi minat beli konsumen. Nilai F_{hitung} 14,398 > F_{tabel} 2,075 menunjukkan bahwa pada penelitian ini variabel harga, promosi, dan varian produk secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel minat beli.

Kata kunci : Harga, Minat Beli, Konsumen, Promosi, Varian

THE INFLUENCE OF PRICES, PROMOTIONS, AND PRODUCT VARIANTS ON FAPET MILK CONSUMER BUYING INTEREST

Priska Diva Mahardika Putri
21/476913/PT/08893

ABSTRACT

The research has a background with a competition for the milk industry that caused the Fapet Milk producers to know the interest of buying customers in order to understand that the consumer Fapet Milk is the basis for the marketing strategy. The purpose of this study is to analyze the impact prices, promotions and variants of products have on the interest of buying Fapet Milk consumers. Samples taken of 110 respondents calculated by purposive sampling and data retrieval using a questionnaire distributed online. The consumer interest factor (Y) in the purchase of Fapet Milk products is measured and determined from three free variables the price factors (X1), promotion (X2), and variant of the product (X3). The data processing method used is linear regression analysis using Microsoft excel and SPSS 23. The results of the data processing show that promotions and variants of the product have a significant impact with the value of promotions of 0,000 ($p < 0.01$) which suggests that promotion is one of the variables that affected the interest of buying consumers. A variant of the product has a value of 0.002 ($p < 0.01$) which suggests that the variant of the product is one of the variables affecting the interest of buying consumers. Price variable 0.775 ($p < 0.01$) which suggests that the price variable in this research does not affect the interest of buying consumers. The value of F_{count} 14,398 > F_{table} 2,075 shows thar in this research the variabel of price, promotion, and variant of products are simultaneously affect the variable on Fapet Milk consumer buying interest.

Keywords: price, buying interest, consumer, promotion, variant