

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH HARGA, ATRIBUT PRODUK DAN BIAYA BERALIH TERHADAP NIAT BERALIH KONSUMEN MINYAK GORENG CURAH KE MINYAK GORENG KEMASAN DI PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA

Ilham Septiawan

15/387275/PEK/20825

Dengan adanya peraturan pemerintah mengenai kemasan minyak goreng curah, maka akan ada kemungkinan peralihan dari konsumen minyak goreng curah ke minyak goreng kemasan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, atribut produk dan biaya beralih terhadap niat beralih pada konsumen minyak goreng curah ke minyak goreng kemasan. Metode pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuesioner. Sebanyak 200 orang responden dipilih melalui metode *purposive sampling* dan dianalisis dengan metode regresi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa atribut produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat beralih konsumen minyak goreng curah ke minyak goreng kemasan. Sementara variabel harga dan biaya beralih secara signifikan berpengaruh negatif terhadap niat beralih. Berdasarkan hasil analisis regresi, atribut produk merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap niat beralih.

Kata kunci: harga, atribut produk, biaya beralih dan niat beralih.

ABSTRACT

ANALYSIS EFFECT'S OF PRICES, PRODUCT ATTRIBUTES AND SWITCHING COSTS ON THE CONSUMER OF BULK COOKING OIL TO PACKAGED COOKING OIL IN JAKARTA PROVINCE

Ilham Septiawan

15/387275/PEK/20825

With the government regulation regarding bulk cooking oil packaging, there will be a possibility of switching from consumers of bulk cooking oil to packaged cooking oil. The purpose of this study was to determine the effect of prices, product attributes and switching costs on the intention of switching to bulk cooking oil consumers to packaged cooking oil. The method of data collection is done through surveys using questionnaires. A total of 200 respondents were selected through a purposive sampling method and analyzed by regression methods.

The results of the analysis show that the product attributes significantly influence positively to the intention to switch consumers of bulk cooking oil to packaged cooking oil. While the price and switching cost variable significantly influences negatively to the intention to switch. Based on the results of regression analysis, product attributes are variables that have the strongest influence on the intention to switch.

Keywords: price, product attributes, switching cost and switch intention.