

ABSTRAK

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Membeli Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)

(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Kemuning Kota Palembang)

MGS. M. IZUL CHAIDIR

1730602203

Penelitian ini di latar belakang karena Kehalalan suatu produk merupakan hal terpenting bagi umat islam. Penelitian ini dilakukan secara empiris dengan menguji pengaruh variabel Faktor Sosial, Faktor pribadi dan kualitas pelayanan terhadap Minat beli konsumen Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Kemuning Kota Palembang).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, menggunakan data primer. Data primer pada penelitian ini dihasilkan dari data kuesioner dari responden. Populasi pada penelitian ini ialah masyarakat Kecamatan Kemuning Palembang. Kemudian, sampel pada penelitian ini diambil melalui pendekatan metode *accidental sampling* dengan yang ditemui secara kebetulan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini 100 responden yang didapat dari metode *Slovin*. Teknik pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reabilitas, sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel faktor budaya berpengaruh dan signifikan terhadap Minat anggota ditunjukkan pada hasil $t_{hitung} 3,534 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai sig $0,001 < 0,10$. (2) variabel faktor sosial berpengaruh dan signifikan terhadap minat anggota ditunjukkan pada hasil $2,510 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai sig $0,014 < 0,10$ (3) variabel faktor psikologis berpengaruh dan signifikan terhadap minat anggota ditunjukkan pada hasil $t_{hitung} 7,807 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai sig $0,000 < 0,10$. (4) ketiga variabel berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen dibuktikan dengan nilai $f_{hitung} 48,737 > 2,701$ dan sig. $0,000 < 0,10$.

Kata Kunci : Faktor sosial, Faktor pribadi, kualitas pelayanan, Minat Beli