

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT BELI ULANG KONSUMEN ESTEH INDONESIA DI
KOTA PADANG**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ANDALAS
AFIFAH RAHMATILLAH
NIM. 1810222021
Pembimbing I : Rina Sari, S.P, M.Si
Pembimbing II : Lora Triana, S.P, M.M

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG KONSUMEN ESTEH INDONESIA DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Usaha minuman teh berkembang pesat di Kota Padang sehingga menyebabkan tingginya persaingan antar pemilik usaha. Pemilik usaha harus mengetahui apa yang diharapkan konsumen terhadap produk agar konsumen melakukan pembelian kembali dan usaha mereka dapat bertahan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen Esteh Indonesia di Kota Padang dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen Esteh Indonesia di Kota Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei menggunakan 90 responden. Konsumen yang dijadikan responden ditentukan dengan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dengan bantuan kuesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan mayoritas konsumen Esteh Indonesia berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 19-24 tahun, pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, pendapatan perbulan < Rp 1000.000 dan jarak ke lokasi pembelian 1-5 km. Berdasarkan model penelitian yang dilakukan diperoleh nilai *R square* sebesar 0,540. Nilai uji F didapatkan sebesar 11,896 yang artinya variabel faktor kebudayaan, sosial, pribadi, psikologi, produk, harga, lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil uji t menunjukkan bahwa faktor sosial, produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Esteh Indonesia di Kota Padang. Saran penelitian selanjutnya untuk menambah variabel lain diluar penelitian ini seperti variabel lingkungan fisik, experiential marketing, dan variabel-variabel lainnya.

Kata kunci : Minat Beli Ulang, Perilaku Pembelian Konsumen, Esteh Indonesia



ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CONSUMERS REPURCHASE INTEREST OF ESTEH INDONESIA IN PADANG CITY

ABSTRACT

Tea beverage business is growing rapidly in Padang city, causing high competition among business owners. Business owners should know what consumers expect from the product so that they make repurchases so their business can be sustained. This study aims to describe the characteristics of Esteh Indonesia consumers in Padang City and to analyze the factors that affect consumer repurchase interest of Esteh Indonesia in Padang City. The method used in this study is a survey method using 90 respondents. The respondents were selected by accidental sampling technique. Data collection technique is survey method by using questionnaire. The data were analyzed by multiple linier regression. The results of analysis show that most Esteh Indonesia consumers are women aged 19-24 years, students with income < Rp 1.000.000, and the distance to the location of purchase is 1-5 km. Based on the research model, the R square is 0,540. The F test value is 11,986, which means that variables of cultural, social, personal, psychological, product price, location, and promotion factors have a significant effect on thehave a significant effect on Esteh Indonesia consumer repurchase interest. The result of the t-test shows that social, product, and price factors partially have a significant effect on the repurchase intention of Esteh Indonesia consumers in Padang City. The study suggests that r further research should consider other variables such as physical environment, experiential marketing and other variables.

Keywords: Repurchase Intention, Consumer Buying Behavior, Esteh Indonesia

