

**FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN
DALAM MENGIKUTI TEH HIJAU DALAM KEMASAN
(STUDI PADA KONSUMEN DI KOTA PADANG)**

TESIS



Oleh:

**HARIYANTO
BP.1720522052**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2019**

**FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN
DALAM MENGIKUTI TEH HIJAU DALAM KEMASAN
(STUDI PADA KONSUMEN DI KOTA PADANG)**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister
Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas**



Oleh:

**HARIYANTO
BP.1720522052**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2019**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pertimbangan manfaat kesehatan, pertimbangan persepsi kualitas, pertimbangan kepercayaan, persepsi harga, pertimbangan merek, dan pertimbangan promosi terhadap keputusan mengkonsumsi teh hijau dalam kemasan. Penelitian yang digunakan adalah kausatif dengan populasi terdiri dari seluruh konsumen yang mengkonsumsi teh hijau dalam kemasan di Kota Padang dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling yaitu responden yang pernah meminum teh hijau dalam kemasan sebanyak 160 orang sesuai dengan kriteria di atas. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sehingga diperoleh hasil penelitian yaitu pertimbangan manfaat kesehatan, pertimbangan persepsi kualitas, pertimbangan kepercayaan, persepsi harga, pertimbangan merek, dan pertimbangan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mengkonsumsi teh hijau dalam kemasan pada Konsumen di Kota Padang.

Kata Kunci: Manfaat Kesehatan, Persepsi Kualitas, Pertimbangan, Kepercayaan, Persepsi Harga, Pertimbangan Merek, Promosi dan Keputusan Konsumsi

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze health benefits considerations, quality perception considerations, trust considerations, price perceptions, brand considerations, and promotion considerations on the decision to consume packaged green tea. The research used is causative with the population consisting of all consumers who consume green tea in packaging in the city of Padang and the sampling technique used was purposive sampling, namely 160 respondents who had drunk green tea in packaging according to the criteria above. This study uses multiple linear regression analysis so that the results obtained are health benefits considerations, quality perception considerations, trust considerations, price perceptions, brand considerations, and promotion considerations have a significant effect on the decision to consume packaged green tea in consumers in the city of Padang.

Keywords: *Health Benefits, Perceived Quality, Consideration, Trust, Price Perception, Brand Consideration, Promotion and Consumption Decisions*