

Abstrak

Calvin Wirawan

Skripsi

Analisa faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih *entertain* sulap sebagai pengisi acara di Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih *entertain* sulap sebagai pengisi acara di Surabaya. Dari banyaknya pesaing yang memiliki konsep dan harga yang bervariasi. *Entertain* sulap menjadi salah satu unggulan yang memiliki banyak peminat dipasaran. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini 120 responden yang sudah pernah menggunakan *entertain* sulap pada acara mereka. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *simple random sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisa faktor dan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah 6 faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih *entertain* sulap yaitu faktor media social, *personal selling*, informasi, pertimbangan, keputusan dan promosi. Dari ke 6 faktor yang ditemukan tersebut jika di uji secara simultan maka dapat dikatakan bahwa keenam variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dan X_6 secara simultan tidak berpengaruh terhadap Y . Sedangkan jika diuji secara parsialpun keenam faktor yang ada terbukti tidak mempengaruhi penggunaan sulap daripada *entertain* lain.

Kata kunci : analisis faktor, Regresi Linier

ABSTRACT

Calvin Wirawan

Thesis

Analysis of factors that influence consumer interest in choosing magic entertainers as performers in Surabaya.

This study aims to determine what factors influence consumer interest in choosing magic entertainers as performers in Surabaya. Of the many competitors who have varying concepts and prices. Magic entertain became one of the superior who has a lot of enthusiasts in the market. This type of research is quantitative. Data collection methods used in this study were questionnaires. The number of respondents used in this study were 120 respondents who had used magic entertainment at their event. The technique used in sampling is simple random sampling. Data analysis method used in this study is to use factor analysis and multiple linear regression using SPSS. The results obtained from this study are 6 factors that influence consumer interest in choosing magic entertainment, namely social media, personal selling, information, consideration, decision and promotion. Of the 6 factors found, if tested simultaneously it can be said that the six variables X1, X2, X3, X4, X5 and X6 simultaneously have no effect on Y. Whereas if tested partially even the six existing facts are proven not to affect the use of magic than other entertainers.

Key word : factor analysis, linier regression