

ABSTRAK

Cindy Putri Hapsari:

Skripsi

Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli makanan kaleng merek Mei Kui Hwa di Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli makanan kaleng merek Mei Kui Hwa di Surabaya. Yang menjadi latar belakang dalam penelitian ini adalah meningkatnya penjualan makanan kaleng merek Mei Kui Hwa di Surabaya. Makanan kaleng mempermudah para konsumen untuk mengkonsumsinya karena produknya yang sangat mudah didapat dan mudah digunakan. Tetapi mengkonsumsi makanan kaleng dapat berbahaya bagi kesehatan para konsumennya. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang mengkonsumsi makanan kaleng merek Mei Kui Hwa. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan teknik insidental sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis faktor dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah ditemukan adanya tujuh faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli makanan kaleng merek Mei Kui Hwa di Surabaya yaitu: (a) Faktor kepercayaan terhadap merek, (b) Faktor produk, (c) Faktor kenyamanan penggunaan, (d) Faktor keputusan pembelian, (e) Faktor harga, (f) Faktor kualitas produk, dan (g) Faktor persepsi. Faktor kepercayaan terhadap merek merupakan faktor yang paling besar yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli makanan kaleng merek Mei Kui Hwa di Surabaya.

Kata Kunci: Faktor kepercayaan terhadap merek, Faktor produk, Faktor kenyamanan penggunaan, Faktor keputusan pembelian, Faktor harga, Faktor kualitas produk, Faktor persepsi

ABSTRACT

Cindy Putri Hapsari:

Essay

Factors considered by consumers in buying food cans of Mei Kui Hwa brand in Surabaya

This study aims to find out what factors are considered by consumers in buying canned foods Mei Kui Hwa brand in Surabaya. The background in this study is increased sales of canned food in the Mei Kui Hwa brand in Surabaya. Canned food makes it easy for consumers to consume because the product is very easy to obtain and easy to use. But consuming canned food in the long time can harm to the health of its consumers. Data collection methods used in this study are using questionnaires. The number of respondents used in this study are 100 the people who consume Mei Kui Hwa brand canned foods. The technique used in sampling is non-probability sampling technique with incidental sampling techniques. The analysis method used in this study is SPSS software. The results obtained from this study are seven factors that consumers consider in buying canned foods Mei Kui Hwa brand in Surabaya, namely: (a) Factors of trust in the brand, (b) Product factors, (c) Factors of convenience of use, (d) Purchasing decision factors, (e) Price factors, (f) Product quality factors, and (g) perception factors. Factors of brand trust is the biggest factors that is taken into consideration by consumers in buying canned foods in the Mei Kui Hwa brand in Surabaya.

Keywords: Factors of trust in a brand, Factor of product, factor of convenience of use, Factor of purchase decision, Price factor, Product quality factor, Perception factor