

Abstrak

Inneke Kumala Dewi

Skripsi

Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian pada Buah – buahan di Surabaya

Buah merupakan salah satu elemen yang ada dalam 4 sehat 5 sempurna yang menjadi kandungan gizi ideal manusia. Buah dapat meningkatkan energi dan memenuhi kebutuhan vitamin pada tubuh manusia hal ini disebabkan karena buah merupakan sumber vitamin, maka dari itu berbagai jenis vitamin ada pada buah. Selain itu, buah juga merupakan salah satu sumber air untuk tubuh dan menjadi kebutuhan gizi yang dapat meningkatkan metabolisme tubuh. Buah juga merupakan salah satu sumber *antioxidant* alami terbesar yang ada di dunia. Dan jarang diketahui orang bahwa buah merupakan salah satu cara untuk menghindarkan manusia agar tidak terserang penyakit berbahaya dan berbagai penyakit lainnya, selain itu buah juga dapat menjadi obat luar tubuh.

Obyek dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan mengkonsumsi buah – buahan di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 130 responden dengan teknik *non-probability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan *AMOS 20.0 for windows* untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian serta kepuasan konsumen pada buah - buahan.

Dari hasil dan analisis diketahui bahwa persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai *probability* sebesar 0.027, keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai *probability* sebesar 0.045, dan persepsi konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai *probability* sebesar 0.411. Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan bahwa secara tidak langsung pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian mempunyai pengaruh paling dominan, namun secara tidak langsung pengaruh peprsepsi konsumen terhadap keputusan pembelian serta kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang cukup besar pula pada buah – buahan di Surabaya.

Kata kunci: Persepsi Konsumen, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen, Buah – buahan.

ABSTRACT

Inneke Kumala Dewi

Thesis

The Influence of Consumer Perceptions on Consumer Satisfaction through Purchasing Decisions on fruits at Surabaya

Fruit is one of the elements in 4 healthy 5 perfect which is the ideal content of human nutrition. Fruit can increase energy and meet the needs of vitamins in the human body because this is a source of vitamins, so various types of vitamins are in the fruit. In addition, fruit is also one of the sources of water for the body and a nutritional requirement that can increase the body's metabolism. Fruit is also one of the largest sources of natural antioxidants in the world. And it is rarely known to people that fruit is one way to prevent humans from being attacked by dangerous diseases and various other diseases, besides that fruit can also be a drug outside the body.

The object of this research is consumers who buy and consume fruits in Surabaya. This research was conducted by distributing questionnaires to 130 respondents using non-probability sampling techniques. The data analysis technique used in this study is Structural Equation Modeling (SEM) using AMOS 20.0 for windows to determine the effect of consumer perception variables on purchasing decisions and consumer satisfaction on fruits.

From the results and analysis it is known that consumer perceptions have a significant effect on purchasing decisions with probability value of 0.027, purchasing decisions have a significant effect on customer satisfaction with probability values of 0.045, and consumer perceptions have no significant effect on satisfaction consumers with a probability value of 0.411. Based on these results, it can be concluded that indirectly the influence of consumer perceptions on purchasing decisions has the most dominant influence, but indirectly the influence of consumer perception on purchasing decisions and consumer satisfaction has a considerable influence on fruits in Surabaya.

Key words: Consumer Perceptions, Purchasing Decisions, Consumer Satisfactions, Fruits.