



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*
Sri Lestari
44314110013

Minat Beli Konsumen pada Produk Suplemen Sea Quill (Survei pada Pengunjung Guardian Bintaro Plaza).

Jumlah halaman : 87 halaman + 4 lampiran

Bibliografi : 50 acuan, tahun 1996-2016

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai Minat Beli Konsumen pada Produk Suplemen Sea Quill yang mengunjungi Guardian Bintaro Plaza. Instrumen yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi identitas peresponden, pengenalan produk dan variabel minat beli konsumen.

Minat beli adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen yaitu perbedaan pekerjaan, perbedaan sosial ekonomi, perbedaan kegemaran, perbedaan jenis kelamin, dan perbedaan usia. Penelitian ini menggunakan Teori AIDA, dijelaskan bahwa suatu pesan harus mendapatkan perhatian, menjadi ketertarikan, menjadi keinginan, dan mengambil tindakan. Teori ini menyampaikan akan kualitas dari pesan yang baik.

Populasi penelitian ini adalah jumlah pelanggan yang bertransaksi produk Sea Quill di guardian Bintaro Plaza pada bulan Maret Tahun 2018. Data di ambil dalam setahun dari bulan Januari – Desember 2018 dan transaksi terbanyak terjadi di bulan Maret 2018. Daftar populasi yang diambil dari jumlah pelanggan yang bertransaksi terbesar pada bulan Maret 2018 dengan jumlah transaksi 95 transaksi. Sedangkan sampel yang diambil sebanyak 95 orang dengan teknik *non probability sampling*, yaitu *puposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen (studi pada pengunjung Guardian Bintaro Plaza) pada produk Sea Quill tergolong baik pada indikator pertanyaan *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *desire* (keinginan).

Kata kunci : minat beli konsumen, suplemen makanan



Universitas Mercu Buana
Communication Faculty
Marketing Communication & Advertising
Sri Lestari
44314110013

Consumer Buying Interest in Sea Quill Supplement Products (Survey of Guardian Bintaro Plaza Visitors).

Number of pages: 87 pages + 4 attachments

Bibliography: 50 references, 1996-2016

ABSTRACT

This study aims to analyze the Consumer Purchasing Interest in Sea Quill Supplement Products that visit the Guardian Bintaro Plaza. The instrument used for this study uses a questionnaire that contains the identity of the respondent, product introduction and consumer purchase interest variables.

The interest in buying is part of the component of consumer behavior in the attitude of consumption, the tendency of respondents to act before the buying decision is truly carried out. There are several factors that influence consumer buying interest, namely job differences, socioeconomic differences, differences in hobbies, gender differences, and age differences. This study uses the AIDA Theory, explained that a message must get attention, be interested, become desires, and take action. This theory conveys the quality of good messages.

The population of this study is the number of customers who transact Sea Quill products in the Guardian Bintaro Plaza in March of 2018. Data is taken in a year from Januari - Dec 2018 and the most transactions occur in March 2018. List of populations taken from the number of customers transacting the largest in March 2018 with a total of 95 transactions. While the samples taken were 95 people with non probability sampling techniques, namely purposive sampling.

The results of this study indicate that consumer buying interest (studies of Guardian Bintaro Plaza visitors) on Sea Quill products includes both the indicators of attention, interest, desire.

Keywords: consumer buying interest, food supplements