

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUKOLAHAN SAGU (*Metroxylon Sagu Rabbt*)DI KOTA TERNATE

Marlina Nurma, Dibawah Bimbingan
Mardiyani Sidayat dan Mila Fatmawati
Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Khairun Ternate 2021

ABSTRAK

Masyarakat Kota Ternate mengkonsumsi produk olahan sagu berupa papeda, bagea dan sagu lempeng karena dari kebiasaan budaya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, faktor kualitas, faktor harga dan faktor rasa terhadap pembelian produk olahan sagu di Kota Ternate. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Insidental sampling. Populasi dalam penelitian ini yaitu populasi tak hingga sebanyak 100 responden. Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan Regresi Linier Berganda dengan SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya dan faktor rasa tidak berpengaruh, serta faktor harga dan faktor kualitas berpengaruh terhadap pembelian produk olahan sagu.

Kata Kunci: Pengaruh Konsumen, Produk Olahan Sagu

ABSTRACT

**THE FACTORS THAT AFFECTING CONSUMER'S DECISION ON THE
PURCHASE OF SAGU PROCESSED PRODUCTS (Metroxylon Sagu
Rabbt) IN TERNATE CITY**

Marlina Nurma, Under Guidance of
Mardiyani Sidayat and Mila Fatmawati
Agribusiness Study Program
Faculty of Agriculture Khairun University Ternate 2021

ABSTRACT

The people of Ternate City consumed sago processed products in the form of papeda, bagea and sago lempeng their cultural habits. The purpose of this study was to determine the influence of cultural factors, quality factors, price factors and taste factors on the purchase of sago processed products in Ternate City. The method used in this research was Incidental sampling. The population in this study was population of less than 100 respondents. The sample used was 80 respondents. The data rescanch is talcan used a questionnaire. The analysis technique used Multiple Linear Regression with SPSS 16.0. The results showed that cultural factors and taste factors had no effect while price and quality factors influenced the purchase of sago processed products.

Keywords: Consumer decisiun, Sago Processed Products