

Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Menggunakan Produk Herbal

Reiangga Okinawa dan Wijiharta
STEI Hamfara

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan produk herbal kesehatan. Pengambilan sampel menggunakan teknik convenience sampling sejumlah 100 responden. Pengolahan data menggunakan program SPSS. Berdasarkan prosedur analisis faktor, 34 variabel awal berhasil dikelompokkan menjadi 10 kelompok faktor. Kesepuluh faktor tersebut kemudian diberi nama sesuai dengan komponen-komponen pembentuk variabel, yaitu: 1. Faktor jaminan produk, 2. Faktor kebutuhan dan gaya hidup, 3. Faktor pelayanan, 4. Faktor komunikasi, 5. Faktor acuan, 6. Faktor ketersediaan, 7. Faktor harga, 8. Faktor persepsi, 9. Faktor keyakinan produk, dan 10. Faktor rekomendasi. Faktor-faktor tersebut menyumbang 71,715 % perilaku konsumen dalam menggunakan produk herbal.

Kata kunci: perilaku konsumen, keputusan beli, produk herbal, analisis faktor

Abstract

This study aims to identify and determine the factors that influence consumer behavior in using health herbal products. Sampling using convenience sampling technique of 100 respondents. Data processing using SPSS program. Based on the factor analysis procedure, the initial 34 variables were successfully grouped into 10 factor groups. The ten factors are then named according to the components that make up the variable, namely: 1. Product guarantee factor, 2. Need and lifestyle factor, 3. Service factor, 4. Communication factor, 5. Reference factor, 6. Availability factor, 7. Price factor, 8. Perception factor, 9. Product belief factor, and 10. Recommendation factor. These factors contribute 71.715% of consumer behavior in using herbal products.

Key words: consumer behavior, purchase intention, herbal products, factor analysis