

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN *WORD OFF MOUTH COMMUNICATION* TERHADAP MINAT BELI PADA HOME INDUSTRI KERAJINAN JATI JEPARA DESA KALISARI KECAMATAN NATAR KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Oleh

Herni Desriyani

Minat Beli sangat berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam barang atau jasa hal itu akan memperkuat minat beli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Minat beli yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, minat beli merupakan suatu perilaku konsumen yang melandaskan suatu keputusan pembelian yang hendak dilakukannya.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan di Home Industri Kerajinan Jati Jepara Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan ini diketahui bahwa minat beli konsumen tergolong rendah, Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan mengetahui pengaruh positif kualitas produk, lokasi dan *word of mouth communication* terhadap minat beli konsumen pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Populasi penelitian ini adalah konsumen Home Industri Kerajinan Jati Jepara Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin* didapat sebanyak 55 konsumen, Metode yang digunakan adalah *deskriptif verifikatif* dengan menggunakan pendekatan *ex-posy* dan *survey*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, ada pengaruh kualitas produk, lokasi dan *word of mouth communication* terhadap minat beli konsumen pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Berdasarkan analisis data diperoleh $F_{hitung} 97,874 > F_{tabel} 2,79$ yang ditunjukkan dengan *regresi linier multiple* dengan koefisien determinasi (r^2) 0,852 yang berarti keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, lokasi dan *word of mouth communication* sebesar 85,2% sisanya 14,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Kualitas produk, lokasi dan *word of mouth communication*

ABSTRACT

THE IMPLICATION OF PRODUCT QUALITY, LOCATION AND *WORD OF MOUTH COMMUNICATION* TOWARDS THE PURCHASE INTENTION OF JEPARA TEAK WOORCRAFT HOME INDUSTRY IN KALISARI, NATAR, SOUTH LAMPUNG

By

Herni Desriyani

Buying interest is strongly associated with feelings and emotions, when one is happy and satisfied with goods or services it will reinforce buying interest, dissatisfaction usually deprives interest. Consumer buying interest is a very important phenomenon in marketing activities, buying interest is consumer behavior based on purchasing decisions that must be done.

Based on preliminary research conducted at Home Industry of Jati Jepara Handicraft Natar Subdistrict of South Lampung Regency is diketahui that consumer buying interest is low, The purpose of this research is to obtain data and know positive influence of product quality, location and word of mouth communication to consumer buying interest on Home Industry of Jati Jepara Handicraft Natar District of South Lampung Regency. The population of this research is the consumer of Home Industry of Jati Jepara Handicraft Natar District of South Lampung Regency. Sampling technique that is non probability sampling by using Slovin formula obtained as many as 55 consumer, The method used is descriptive verifikatif by using approach of ex-posy and survey. The results of this study indicate that, there is influence of product quality, product quality, location and word of mouth communication to consumer buying interest in Home Industry Jati Jepara Handicraft Natar District South Lampung Regency. Based on data analysis obtained $F_{count} 97,874 > F_{tabel} 2,79$ indicated by multiple linear regression with coefficient of determination (r^2) 0,852 which mean consumer purchasing decision is influenced by product quality variable, location and word of mouth communication equal to 85,2% 14,8 % influenced by other factors.

Keywords : Product Quality, Location and *Word Of Mouth Communication*