

ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR EKONOMI, SOSIAL BUDAYA, TEKNOLOGI, REGULASI DAN KEBIJAKAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK TEH HERBAL

Oleh

SIFA SAIRA

Tingginya angka obesitas di Indonesia menjadi salah satu masalah kesehatan yang semakin serius. Berdasarkan Survei Kesehatan Indonesia (SKI) tahun 2023, prevalensi obesitas sentral secara nasional mencapai 19,7% pada laki-laki dan 54,1% pada perempuan. Kondisi ini mendorong masyarakat untuk mencari alternatif pengendalian berat badan yang lebih aman dan berkelanjutan. Kondisi ini mendorong masyarakat untuk mencari alternatif pengendalian berat badan yang lebih aman dan berkelanjutan. Salah satu produk yang berkembang pesat adalah teh herbal penurun berat badan, yang kini diposisikan sebagai minuman fungsional dengan klaim manfaat kesehatan. Perkembangan industri teh herbal tidak terlepas dari pengaruh faktor eksternal yang membentuk minat beli konsumen, seperti faktor ekonomi, sosial budaya, teknologi, serta regulasi dan kebijakan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor eksternal terhadap minat beli konsumen pada produk teh herbal penurun berat badan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian penjelasan. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merasa memiliki masalah berat badan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial budaya dan faktor teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan faktor teknologi sebagai variabel paling dominan. Sementara itu, faktor ekonomi serta regulasi dan kebijakan memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan. Secara simultan, keempat faktor tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: Obesitas, Teh Herbal Penurun Berat Badan, Faktor Eksternal, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ECONOMIC, SOCIO CULTURAL, TECHNOLOGICAL, REGULATION, AND POLICY FACTORS ON CONSUMER PURCHASE INTEREST IN HERBAL TEA PRODUCTS

By

SIFA SAIRA

The high obesity rate in Indonesia is becoming an increasingly serious health problem. Based on the 2023 Indonesian Health Survey (SKI), the national prevalence of central obesity reached 19.7% in men and 54.1% in women. This condition has prompted people to seek safer and more sustainable alternatives for weight control. This condition has encouraged people to seek safer and more sustainable alternatives for weight control. One rapidly growing product is herbal tea for weight loss, which is now positioned as a functional beverage with claimed health benefits. The development of the herbal tea industry is inseparable from the influence of external factors that shape consumer purchasing interest, such as economic, socio-cultural, technological, and regulatory and policy factors. Therefore, this study aims to analyze the influence of external factors on consumer purchasing interest in herbal tea products for weight loss. This research uses a quantitative approach with an explanatory research type. Primary data were obtained by distributing questionnaires to 100 respondents who reported having weight problems. The data analysis technique used multiple linear regression analysis with the help of SPSS 26. The results showed that socio-cultural and technological factors significantly influence consumer purchasing interest, with technology as the most dominant variable. Meanwhile, economic factors, as well as regulations and policies, had a positive but insignificant impact. Simultaneously, all four factors were shown to significantly influence purchasing interest.

Keywords: *Obesity, Herbal Weight Loss Tea, External Factors, Consumer Purchasing Interest*