

## ABSTRAK

Nur Azizah. NIM: 150300398. **PENGARUH PERSEPSI PRODUK KOREK API GAS TOKAI SOULMATCH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. TOKAI DHARMA INDONESIA.** Tugas Akhir, Jakarta: Politeknik APP, Agustus 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi produk korek api gas Tokai Soulmatch terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 50 responden sesuai perhitungan dari Roscoe. Metode pengumpulan sampel yang digunakan *purposive sampling*, yaitu masyarakat di wilayah Kota Depok dengan rentang usia 17 – 30 tahun dan menggunakan korek api gas. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebar langsung kepada responden. Uji instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi produk korek api gas Tokai Soulmatch masuk kedalam kategori baik dengan nilai rata-rata sebesar 3.86 serta terdapat hasil menyatakan terdapat pengaruh persepsi produk terhadap minat beli konsumen dengan persentase sebesar 58.5%. Berdasarkan hasil regresi didapatkan persamaan  $Y = -1.964 - 0.079X_1 + 0.206X_2 + 0.430X_3 + 0.647X_4$ . Variabel yang dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen adalah tingkat kualitas ( $b=0.206$ ). Dari penelitian ini dapat disimpulkan berdasarkan uji statistik bahwa persepsi produk yang terdiri dari nama merek, kemasan, desain dan tingkat kualitas secara bersama-sama (uji F) memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci: Korek Api Gas, Persepsi Produk, Minat Beli.

## ABSTRACT

Nur Azizah. NIM: 150300398. **EFFECT OF PRODUCT PERCEPTION ON GAS LIGHTER TOKAI SOULMATCH TO CONSUMER BUYING INTEREST PT. TOKAI DHARMA INDONESIA.** Final Project, Jakarta: Polytechnic APP. August 2018

The objectives of this research are to ascertain about the impact product perception from gas lighter Tokai Soulmatch towards buying interest of consumer. This research is using about 50 sample of respondents that is suitable with the calculation from Roscoe. The method of collecting sample is purposive sampling, and the respondents are society in Depok City area with range of age 17 – 30 years who use gas lighter product. The data collection technique is using questionnaires distributed directly to respondents. The instrument test used in this research is the validity and reliability test. The data analysis technique used are descriptive analysis, classic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test and hypothesis test. The result of the research stated that product perception on gas lighter Tokai Soulmatch is in good category with an average value of 3.86 and there was a result stated there was influence of product perception on consumer buying interest with percentage of 58.8%. Based on the regression result obtained the equation  $Y = -1.964 - 0.079X_1 + 0.206X_2 + 0.430X_3 + 0.647X_4$ . The dominant variable in influencing consumer buying interest is quality level ( $b=0.206$ ). The result show that based on statistical test that product perception variables which consist of brand name, packaging, design, and quality level simultaneously have a positive impact on consumer buying interest variables.

Keywords : Gas Lighter, Product Perception, Buying Interest.