

**ANALISIS FAKTOR MINAT BELI KONSUMEN PADA ES KRIM
GHIACCIO**



SKRIPSI

DISUSUN OLEH

Vincentius Hansel Pramono

NRP.1723018005

**FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2023**

ANALISIS FAKTOR MINAT BELI KONSUMEN PADA ES KRIM
GHIACCIO

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Fakultas Kewirausahaan

OLEH:

VINCENTIUS HANSEL PRAMONO

1723018005

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vincentius Hansel Pramono

NRP : 1723018005

Judul Skripsi : Analisis Faktor Minat Beli Konsumen Pada Es Krim Ghiachio

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Surabaya, 25 Mei 2023

Yang menyatakan,



Vincentius Hansel Pramono

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR MINAT BELI KONSUMEN PADA ES KRIM
GHIACCIO**

Oleh :

Vincentius Hansel Pramono

1723018005

Telah disetujui dan diterima untuk diajukan
Kepada tim penguji

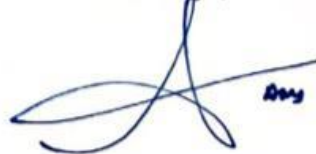
Pembimbing 1,



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM

Tanggal: 9 Juni 2023 .

Pembimbing 2,



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM.,CBA

Tanggal: 9/6/2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Vincentius Hansel Pramono.

NRP: 1723018005

Telah diuji pada tanggal dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



Dr. Diyah Tulipa, MM

NIK 172.02.0543

NIDN. 0726077203

Mengetahui:

Dekan,

UNIVERSITAS KOLIK WIDYA MANDAJA SURABAYA
Dr. Diyah Tulipa, MM, CBA
NIK 172.02.0543
NIDN. 0726077203

Ketua Prodi



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM.,CBA

NIK 172.18.0097

NIDN. 0730089301

KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji penulis panjatkan hanya bagi Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, rahmat dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Bisnis di Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Judul dari penulisan skripsi ini adalah : “Analisis Faktor Minat Beli Konsumen Pada Es Krim Ghiachio.” Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena penulis menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis membutuhkan masukan berupa kritik dan saran yang dapat membangun dari para pembaca.

Tak lupa penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada seluruh rekan dan pihak yang telah mendukung, serta membantu penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis haturkan pula terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Kuncoro Foe, G.Dip.Sc., Ph.D., Apt. Sebagai Rektor Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Dr. Diyah Tulipa, MM. Selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Aldo Hardi Sancok, SE, MM. Selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Seluruh Bapak./Ibu dosen Fakultas Kewirausahaan.
5. Seluruh Dosen Praktisi Kewirausahaan yang telah banyak berbagi dan mengajarkan ilmu-ilmu baru yang dapat diterapkan dalam bidang bisnis.
6. Seluruh staff dan karyawan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya khususnya staff dan karyawan Fakultas Kewirausahaan.
7. Mama dan Papa tercinta, Keluarga besar Djoko Hadi Pramono yang telah memberikan doa, kasih sayang, semangat, serta motivasi kepada penulis dalam berbagai hal baik terutama dalam penyusunan skripsi ini.

8. Seluruh angkatan 2018 Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh sebab itu saya selaku penulis mengucapkan permohonan maaf jika terdapat kesalahan atau kekeliruan yang terdapat di dalam penulisan skripsi ini. Dengan senang hati, saya selaku penulis akan menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 19 Juni 2023



Vincentius Hansel Pramono

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Es Krim.....	9
2.2.2 Price.....	9
2.2.3 Produk.....	11
2.2.4 Place.....	12
2.2.5 <i>Promotion</i>	14
2.2.6 Minat Beli.....	14
2.3 Hubungan Antar Variable.....	15
2.4 Kerangka / Model Konseptual.....	16
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Desain Penelitian.....	17
3.2 Obyek Penelitian.....	17
3.3 Populasi dan Sampel.....	17
3.3.1 Populasi.....	17
3.3.2 Sampel.....	17
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	18
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	18
3.5.1 Variabel Penelitian.....	18
3.5.2 Definisi Operasional.....	19
3.6 Statistik Deskriptif.....	20
3.7 Prosedur Analisis Faktor.....	20
3.7.1 Penentuan Variabel yang akan Dianalisis.....	20

	3.7.2	Menghitung Matriks Korelasi dengan Metode <i>Bartlett Test of Sphericity</i> serta Pengukuran MSA (<i>Measure of Sampling</i>).....	20
	3.7.3	Proses Ekstraksi atau Factoring	21
	3.7.4	Menentukan Jumlah Faktor	21
	3.7.5	Rotasi Faktor	21
	3.7.6	Menginterpretasi Faktor-Faktor	22
BAB 4		ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	23
	4.1	Penyebaran dan Pengambilan Kuesioner.....	23
	4.2	Karakteristik Responden.....	24
	4.3	Hasil Analisis Faktor.....	26
	4.3.1	Penelitian Variabel.....	26
	4.3.2	Uji Korelasi Dan Kelayakan Suatu Variabel	28
	4.3.3	Proses Ekstraksi atau <i>Factoring</i>	29
	4.3.4	Rotasi Faktor	32
	4.4	Pembahasan.....	37
BAB 5		KESIMPULAN DAN SARAN	43
	5.1	Kesimpulan	43
	5.2	Saran	43
	5.2.1	Saran Akademik : Diharapkan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya dapat menggunakan Faktor Intrinsik dan Faktor Ekstrinsik untuk meningkatkan minat beli. ...	43
	5.2.2	Saran Praktis : Ghiachio diharapkan mampu membuat tampilan desain dan bentuk kemasan yang unik sehingga dapat memiliki nilai jual dibanding produk sejenis, produk yang memiliki nilai baik dari segi tampilan maupun segi rasa serta manfaat yang ditawarkan sangat menentukan atas minat beli dari konsumen.	43
		DAFTAR PUSTAKA.....	44
		LAMPIRAN	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	7
Tabel 4.1	Penelitian Sampel Sekarang	23
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	24
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin	24
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	25
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	25
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	25
Tabel 4.7	Variabel Penelitian	26
Tabel 4.8	Nilai KMO dan <i>Bartlett's Test Of Sphericity</i>	28
Tabel 4.9	Nilai Anti Anti Image Matrices Ariable Setelah Uji MSA	28
Tabel 4.10	Kontribusi Variabel Hasil Ekstraksi	29
Tabel 4.11	Hasil Esktraksi PCA	30
Tabel 4.12	Jumlah Faktor Hasil Ekstraksi (PCA)	31
Tabel 4.13	<i>Component Matrix</i> Sebelum Rotasi Varimax	32
Tabel 4.14	<i>Component Matrix</i> setelah Rotasi Varimax	33
Tabel 4.15	Kelompok Faktor Hasil Rotasi	34
Tabel 4.16	Hasil Interpretasi Variabel	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka/ Model Konseptual.....	16
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	47
Lampiran 2 : Data Penelitian.....	56
Lampiran 3 : Hasil Analisis Faktor.....	69

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR MINAT BELI KONSUMEN PADA ES KRIM GHIACCIO

Es krim sangat digemari oleh masyarakat Indonesia yang dikenal sebagai makanan penutup dan memiliki banyak jenis, bentuk, varian yang beredar. Pada awalnya es krim berbentuk salju yang disantap bersama madu dan buah-buahan hingga saat ini, es krim memiliki banyak perkembangan seiring pertumbuhan zaman seperti sorbet, es krim susu dan gelato. Tujuan peneliti untuk mengetahui minat beli konsumen dalam pembelian es krim terutama es krim Ghiaccio. Responden yang digunakan sebanyak 114 orang. Alat uji analisis yang digunakan adalah analisis faktor dengan uji *Bartlett's Test Of Sphericity* dan uji *Measure of Sampling Adequacy*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor minat beli konsumen dalam pembelian es krim ghiaccio memiliki 2 faktor yaitu faktor ekstrinsik dan intrinsik. Jumlah ekstrinsik sebanyak 15 indikator, sedangkan faktor intrinsik sebanyak 5 indikator.

Kata Kunci : Intrinsik, Ekstrinsik, Minat Beli.

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMER BUYING INTEREST FACTORS IN GHIACCIO ICE CREAM

Ice cream is very popular with the people of Indonesia which is known as a dessert and has many types, shapes and variants circulating. At first snow-shaped ice cream eaten with honey and fruit until now, ice cream has developed over time, such as sorbets, milk ice cream and gelato. The aim of the researcher is to determine consumer buying interest in buying ice cream, especially Ghiaccio ice cream. Respondents used as many as 114 people. The analytical test tool used is factor analysis with the Bartlett's Test Of Sphericity and the Measure of Sampling Adequacy test. The results of this study indicate that the buying interest of consumers in purchasing ghiaccio ice cream has 2 factors, namely extrinsic factors and intrinsic factors. There are 15 extrinsic indicator, while 5 intrinsic indicator.

Keywords: Intrinsic, Extrinsic, Purchase Intention.