

**Siti Mahmudah Nur Hidayati.** 2023. Analysis of Factors Forming Consumers' Purchasing Decision of Herbal Tea Bag Product "Dewiti" at CV. Dewi Makmur Yogyakarta. Under direction by Antik Suprihanti *and* Siti Hamidah

### **ABSTRACT**

*This study aims to (1) find out the characteristics of consumers' that make the decision of purchasing herbal tea bag product "Dewiti" at CV. Dewi Makmur, (2) analyze factors forming the consumers' purchasing decision for the herbal tea bag product "Dewiti" at CV. Dewi Makmur, (3) analyze the most dominant factors forming the consumers' purchasing decisions for the herbal tea bag product "Dewiti" at CV. Dewi Makmur. The research methodology used a quantitative approach with a descriptive method, a type of research case study at CV. Dewi Makmur, which has the product, herbal tea bag with various variants. The method of taking respondents used a nonprobability sampling method with an incidental sampling technique. The number of respondents used was 100 consumers. The data types used in this research are primary data and secondary data. Data collection methods are carried out using interviews, questionnaires, observations, and documentation. The data analysis method used is descriptive analysis and factor analysis. The results showed that (1) consumers' that buying herbal tea bag product "Dewiti" were mostly females, ages 25-35 years old, educated by SMA/SMK, worked as an entrepreneur, had an income of Rp. 3,100,000 – Rp. 4,000,000 / month, information about the product was obtained through the marketplace, and consumers bought the herbal tea product due to health reasons, (2) there were 7 factors that forming the consumers' purchasing decision for the herbal tea bag product "Dewiti" namely product, psychological, social, personal, cultural, distribution, price and promotion, (3) the most dominant factor that forming the purchasing decisions for the herbal tea bag product "Dewiti" was the product factor.*

**Keywords:** *Factor analysis, herbal tea, purchasing decision*

**Siti Mahmudah Nur Hidayati.** 2023. Analisis Faktor Pembentuk Keputusan Pembelian Konsumen Produk Teh Herbal Celup “Dewiti” CV. Dewi Makmur Yogyakarta. Dibawah arahan Antik Suprihanti dan Siti Hamidah

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui karakteristik konsumen yang melakukan keputusan pembelian produk teh herbal celup “Dewiti” di CV. Dewi Makmur, (2) menganalisis faktor-faktor yang membentuk keputusan pembelian konsumen dalam pembelian produk teh herbal celup “Dewiti” di CV. Dewi Makmur, (3) menganalisis faktor yang paling dominan membentuk keputusan pembelian konsumen dalam pembelian produk teh herbal celup “Dewiti” di CV. Dewi Makmur. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, jenis penelitian studi kasus pada CV. Dewi Makmur yang memiliki produk teh herbal celup dengan berbagai varian. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *incidental sampling*. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 100 konsumen. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengambilan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) konsumen yang membeli produk teh herbal celup “Dewiti” mayoritas perempuan, usia 25-35 tahun, pendidikan terakhir SMA/SMK, bekerja sebagai wiraswasta, memiliki pendapatan Rp. 3.100.000 – Rp. 4.000.000 / bulan, informasi mengenai produk didapatkan konsumen melalui *marketplace*, dan alasan konsumen melakukan pembelian produk teh herbal celup untuk kesehatan, (2) terdapat 7 faktor pembentuk keputusan pembelian konsumen produk teh herbal celup “Dewiti” yaitu produk, psikologis, sosial, pribadi, budaya, distribusi, harga dan promosi, (3) faktor yang paling dominan membentuk keputusan pembelian produk teh herbal celup “Dewiti” yaitu faktor produk.

**Kata Kunci:** Analisis faktor, teh herbal, keputusan pembelian