

ABSTRAK

Nama	Nurazizah
Program Studi	Manajemen
Judul	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pada Produk Jiniso Di Kabupaten Bireuen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen pada produk Jiniso di Kabupaten Bireuen. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner terhadap konsumen yang menggunakan produk Jiniso pada Toko Diga di Kabupaten Bireuen. Metode Analisa Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian statistik secara parsial dan simultan merek, produk, harga dan daya saing berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada produk Jiniso di Kabupaten Bireuen. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil langkah-langkah dimasa yang akan datang dalam meningkatkan merek, produk, harga dan daya saing dalam meningkatkan perilaku konsumen terhadap suatu produk.

Kata Kunci : Merek, Produk, Harga, Daya Saing, Perilaku Konsumen

ABSTRACT

Name	Nurazizah
Program Study	Management
Titel	Factors That Influence Consumer Behavior on Jiniso Products in Bireuen Regency

This research aims to find out how many factors influence consumer behavior towards Jiniso products in Bireuen Regency. In this study, the sample taken was 96 respondents. The data collection technique used in this research was distributing questionnaires to consumers who used Jiniso products at the Diga Shop in Bireuen Regency. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis. Based on the research results, it shows that partial and simultaneous statistical testing of brands, products, prices and competitiveness influence consumer behavior towards Jiniso products in Bireuen Regency. It is hoped that this research can be used as material for consideration in taking future steps to improve brands, products, prices and competitiveness in increasing consumer behavior towards a product.

Keywords: *Brand, Product, Price, Competitiveness, Consumer Behavior*