

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN BENIH CABAI VARIETAS SALAAN MENGGUNAKAN METODE
PLS (*PARTIAL LEAST SQUARE*) DI WILAYAH PEMASARAN KABUPATEN
MAGELANG**

Oleh:
Lukman Hadi

Intisari

Perkembangan usaha perbenihan cabai rawit di Indonesia saat ini sangat pesat dengan persaingan kuat. Berbagai merek dagang dari perusahaan berbeda dapat dengan mudah dijumpai dan semakin banyak pilihan benih cabai rawit untuk dibeli konsumen. Munculnya produk benih sejenis yang beragam memengaruhi preferensi konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk, sehingga para pelaku usaha mencari cara yang dapat dijadikan sebagai keunggulan dalam persaingan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk bersaing adalah mengetahui faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian, dan pengaruh minat beli memediasi variabel harga, citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian benih cabai Salaan. Penelitian ini menggunakan variabel harga (X1), kualitas produk (X2), citra merek (X3) terhadap minat beli (Y1) dan keputusan pembelian (Y2), dengan jumlah responden sebanyak 50 responden yang masih dan atau pernah menggunakan benih cabai Salaan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dan wawancara kepada konsumen. Pengolahan data menggunakan metode PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga (X1), kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan dan citra merek (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Y1). Variabel harga (X1), kualitas produk (X2) tidak berpengaruh signifikan dan citra merek (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y2). Variabel minat beli (Y1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y2). Variabel minat beli (Y1) tidak mampu memediasi hubungan antara variabel harga (X1), kualitas produk (X2) dan citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian (Y2).

Kata Kunci : Benih Cabai Salaan, Keputusan Pembelian, PLS