

PENGARUH NAMA PRODUK DAN KEMUDAHAN PEMBELIAN TERHADAP MINAT BELI KOPI KENANGAN DI JAKARTA

ABSTRAK

***Abstract:** This study aims to determine how much influence the name of the product and ease of purchase of buying interest in Kopi Kenangan products. This research is a quantitative study using SPSS Statistics 13 program with a total sample of 120 respondents who are domiciled in Bekasi, East Jakarta, Central Jakarta, North Jakarta, South Jakarta, West Jakarta and others who know Kopi Kenangan products by using nonprobability sampling and purposive sampling techniques. The results of this study indicate that the name of the product does not affect the buying interest and ease of purchase affects the buying interest. The benefits of this research for Kopi Kenangan are as input or evaluation in order to maintain and improve product names and ease of purchase so that Kopi Kenangan products can compete with other competitors.*

***Keywords:** product name, ease of purchase, purchase interest, kopi kenangan*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nama produk dan kemudahan pembelian terhadap minat beli pada produk Kopi Kenangan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan program SPSS Statistik 13 dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden yang berdomisili Bekasi, Jakarta Timur, Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Barat dan lainnya yang mengetahui produk Kopi Kenangan dengan menggunakan teknik nonprobability sampling dan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nama produk tidak berpengaruh terhadap minat beli dan kemudahan pembelian berpengaruh terhadap minat beli. Manfaat penelitian ini bagi Kopi Kenangan adalah sebagai bahan masukan atau evaluasi agar tetap mempertahankan dan meningkatkan nama produk dan kemudahan pembelian agar produk Kopi Kenangan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Kata Kunci: nama produk, kemudahan pembelian, minat beli, kopi kenangan