

ABSTRAK

Nama : Khananus Salmaa, NIM : 1950210117, Judul : “Pengaruh *Green Product, Price, Location* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Raya Hidroponik Muria Desa Cendono, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus”.

Raya Hidroponik Muria telah melakukan berbagai hal untuk meningkatkan minat beli pada sayuran hidroponiknya, akan tetapi pada kenyataannya terdapat beberapa kalangan tertentu yang belum menjangkau produk sayuran hidroponik karena kurangnya kesadaran mengenai lingkungan maupun kesehatan. dan harga sayuran hidroponik yang masih lumayan tinggi daripada sayuran konvensional, penjualan yang sulit diakses untuk mendapatkan sayuran hidroponik karena lokasi produksi yang masih menjadi persoalan pada konsumen untuk memperoleh sayuran hidroponik. Tujuan dalam penelitian ini dilakukan yaitu untuk menguji dan melakukan analisis mengenai pengaruh *green product, price, location* terhadap minat beli konsumen pada Raya Hidroponik Muria.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan sumber data yang digunakan yaitu primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS Versi 21.0. Responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen yang pernah melakukan pembelian di Raya Hidroponik Muria Desa Cendono, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *Accidental Sampling*.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa *green product* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, terlihat $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,450 > 1,985$) dengan tingkat signifikan ($0,016 < 0,05$). *Price* berpengaruh terhadap minat beli konsumen, terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,026 > 1,985$) dengan signifikansi ($0,03 < 0,05$). *Location* berpengaruh terhadap minat beli konsumen terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,493 > 1,985$) dengan signifikansi ($0,014 < 0,05$). Hasil pengujian menunjukkan variabel *green product, price, location* secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terlihat dari nilai ($18,009 > 2,70$) dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Kata Kunci : *Green product, price, location, dan minat beli konsumen*