

**ANALYSIS COMPARATIVE OF NIBRAS BRAND PRODUCTS AND
ETICHA BRAND PRODUCTS ON CONSUMER INTEREST IN
DUMPIAGUNG KEMBANGBAHU LAMONGAN**

CHICA YUSTIANA PRATAMA

NIM. 041910171

ABSTRACT

Study This aim For test And know influence in a manner significant mark difference in average yield interest buy between product nibras And product eticha to interest buy consumers in dumpiangung flower lamongan. Population in study This is whole consumers who buy during study This done in dumpiangung flower Lamongan that is on month january , february , march , april , may , june , july , august , september, october , november 2022. Meanwhile sample in study This amounted to 91 respondents. Technique data collection used in study This is interviews, questionnaires, observations, library research. Study This characteristic descriptive comparative with technique data analysis using test validity, test reliability, test normality, t test (independent sample t-test) with data processing using the computer program SPSS (Statistical Package fpr Social) V.26 .

Results study show that results independent sample t - test value tcount (11.873) > ttable (1 .9869) so tcount > ttable interpreted resulted rejection of H0 and Ha acceptance which means there is influence significant between sale product nibras And product eticha to influence purchase product fashion Muslims in dumpiangung .

From the results study show that X1 value of 12 .34 and X2 is 10.03 in other words $(X1) > (X2) = (Y)$, which means $(X1) = (12.34) > (X2) = (10.03)$ with thereby product nibras more big from on product eticha to interest buy consumers (Y).

Keywords : Product Nibras , Product Eticha , Interests Buy

**ANALISIS COMPARATIVE MEREK PRODUK NIBRAS DAN MEREK
PRODUK ETICHA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI
DUMPIAGUNG KEMBANGBAHU LAMONGAN**

CHICA YUSTIANA PRATAMA
NIM. 041910171

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh secara signifikan nilai perbedaan rata-rata hasil minat beli antara produk nibras dan produk eticha terhadap minat beli konsumen di dumpiagung kembangbahu lamongan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli selama penelitian ini dilakukan di dumpiagung kembangbahu lamongan yaitu pada bulan januari, february, maret, april, mei, juni, juli, agustus, September, oktober, November tahun 2022. Sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 91 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, observasi, library research. Penelitian ini bersifat deskriptif komparatif dengan teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji t test (independent sampel t-test) dengan proses pengolahan data menggunakan program computer SPSS (Statistical Package for Social) V.26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji independent sampel t-test bernilai thitung (11,873) > ttabel (1,9869) sehingga thitung > ttabel diartikan mengakibatkan penolakan H_0 dan penerimaan H_a yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara penjualan produk nibras dan produk eticha terhadap pengaruh pembelian produk busana muslim di dumpiagung.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai X_1 sebesar 12,34 dan X_2 sebesar 10,03 dengan kata lain $(X_1) > (X_2) = (Y)$, yang artinya $(X_1) = (12,34) > (X_2) = (10,03)$ dengan demikian produk nibras lebih besar dari pada produk eticha terhadap minat beli konsumen (Y).

Kata kunci : Produk Nibras, Produk Eticha, Minat Beli