

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan intensi pembelian konsumen terhadap produk sereal sarapan pagi. Faktor-faktor yang menjadi bahan penelitian adalah *price sensitivity*, *advertisement*, *consumer attitude*, *subjective norm*, *perceived behavior control*, *packaging*, *perceived risk*, *perceived quality*, *perceived value*. Sebagai gambaran bahwa intensi pembelian merupakan faktor yang akan mempengaruhi sebuah pembelian. Selanjutnya penulis ingin mengetahui faktor yang dianggap penting pada mata konsumen. Subjek yang menjadi inti dari penelitian adalah konsumen yang pernah mengonsumsi sereal sarapan pagi dan makanan yang diklasifikasikan sebagai sereal.

Data primer yang digunakan oleh penulis didapatkan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen yang pernah mengonsumsi sereal dan menghasilkan 200 jawaban kuesioner yang valid. Responden tersebar ke dalam beberapa segmen mulai dari tingkat mahasiswa hingga ibu rumah tangga. Peneliti mencoba menggali dari berbagai segmen sehingga mendapat kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan.

Selain data primer tersebut, penulis mencoba menemukan faktor intensi pembelian melalui *Focus Group Discussion* dan *Depth Interview*. Berawal dari inilah penulis menemukan faktor awal yang dianggap krusial oleh para konsumen. Manfaat dari riset ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan terhadap sereal Nestle.

## EXECUTIVE SUMMARY

This research was conducted to identify the factors of the purchase intention on the consumer. The factors that were used in this research are *price sensitivity, advertisement, consumer attitude, subjective norm, perceived behavior control, packaging, perceived risk, perceived quality, perceived value*. The main role of the purchase intention is to affect the consumer to buy the product. Moreover, the point of this research is to find out the most important factors that affects consumer's purchase intention. The subject of this research are all the consumer who have consumed all kind of breakfast cereal.

This research used the quantitative and qualitative analysis to get the primary data. As a result, there are two hundred valid questionnaire which has become the main quantitative data. Our responden are vary from university student to housewife which made our data became variative. Other than that, Focus Group Discussion and In Depth Interview were conducted to analyze the qualitative data insight. From this combination, SPSS has been used to analyzed the pattern and the frequency from the data. Regression and factor analysis were being used to find a valid solution. The researcher managed to apply it in the one year timeline to show the possible outcome. As in the future, the purpose of this research is to increase the sales of Nestle's breakfast cereal.