

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI MASYARAKAT GRESIK TERHADAP PEMBELIAN PV ROOFTOP

Nama : Muchammad Farich Rizqulloh
NIM : 2011710033
Pembimbing : Khuntum Khoiro Ummatin, S.T., M.T.

ABSTRAK

PV Rooftop atau yang disebut juga panel surya merupakan pembangkit listrik berbasis pada sinar matahari. Kemampuan panel surya untuk menghasilkan energi listrik sesuai dengan kemampuan radiasi sinar matahari, dimana nilai energi listrik yang dihasilkan tergantung dari intensitas penyinaran matahari yang dipengaruhi oleh cuaca dan letak geografis penempatan panel. Namun sebagian masyarakat masih enggan menggunakan PV Rooftop dikarenakan harga yang mahal. Maka, Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan faktor-faktor dengan minat beli produk PV Rooftop pada konsumen di wilayah Gresik dan Surabaya, Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan 100 data Responden pelanggan listrik wilayah Gresik sebagai sampel untuk dianalisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, promosi, keyakinan sosial, kesadaran dan sikap terhadap lingkungan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap minat beli yang mempunyai nilai signifikan $< 0,05$.

Kata Kunci: Persepsi Minat Beli, Rooftop Solar Pv

FACTORS AFFECTING THE PERCEPTION OF THE GRESIK COMMUNITY ON THE PURCHASE OF PLTS ROOF

Name : Muchammad Farich Rizqulloh
NIM : 2011710033
Supervisor : Kuntum Khoiro Ummatin, S.T., M.T.

ABSTRACT

Rooftop PV or also called solar panels is a power plant based on sunlight. The ability of solar panels to produce electrical energy is in accordance with the ability of solar radiation, where the value of electrical energy produced depends on the intensity of solar radiation which is influenced by the weather and the geographical location of the panel placement. However, some people are still reluctant to use PV Rooftops due to the high price. Thus, this research was conducted to determine the factors that influence the purchasing decisions of PV Rooftop products for consumers in Gresik and Surabaya, Indonesia. This research was conducted by collecting data of 100 respondents of electricity customers in the Gresik area as a sample for analysis. The results of this study indicate that product quality, price, promotion, social belief, awareness and attitude towards the environment have a significant relationship to purchase intention which has a significant value <0.05 .

Keywords: *buying interest, Rooftop Solar Pv*