**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi konsumen, dan minat konsumen terhadap produk *Nata de Coco Homemade* Agus *Nata de Coco* Tegal Sari Mandala III Kecamatan Denai Kota Medan. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan *Homemade* Agus *Nata de Coco* di Tegal Sari Mandala III Kecamatan Medan Denai Kota Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk *Nata de Coco Homemade* Agus *Nata de Coco* sebanyak 30 orang konsumen, jumlah sampel yang diambil dari keseluruhan yaitu sebanyak 30 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dengan analisis regresi linear berganda, uji t parsial, uji F simultan dan Koefisien Determinan (R2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (satu persatu) terdapat pengaruh persepsi (X1) terhadap produk *nata de coco* (Y) karena nilai thitung > ttabel, dan ada pengaruh minat (X2) terhadap produk *nata de coco* (Y) karena nilai thitung > ttabel.. Secara keseluruhan (simultan) terdapat pengaruh persepsi (X1) dan minat (X2) terhadap produk *nata de coco* (Y) karena nilai Fhitung ≥ Ftabel.. Hasil determinasi diperoleh bahwa persepsi (X1) dan minat (X2) dapat menjelaskan hubungan yang erat terhadap produk *nata de coco* (Y). R square (R2) atau kuadrat R adalah sebesar 0,476, artinya persentase sumbangan persepsi dan minat terhadap produk *nata de coco* sebesar 47,6%, sedangkan sisanya sebesar 52,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

**Kata Kunci : Persepsi, Minat Konsumen dan Produk *Nata de Coco***

