

**PERILAKU KONSUMEN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINYAK GORENG CURAH DI DESA
TANGGA JAYA KECAMATAN DULUPI
KABUAPten BOALEMO**

**Oleh
HAIS DUAYAHU
P2218037**

SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
GORONTALO
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG CURAH DI DESA TANGGA JAYA KECAMATAN DULUPI

Oleh
HAIS DUAYAHU
P2218037

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar sarjana
dan telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada tanggal
5 Januari 2022

PEMBIMBING I



Andi Lelanovita Sardianti, SP, MM
NIDN. 0921119101

PEMBIMBING II



Irmawati, SP.,M.Si
NIDN. 0913108602

HALAMAN PERSETUJUAN

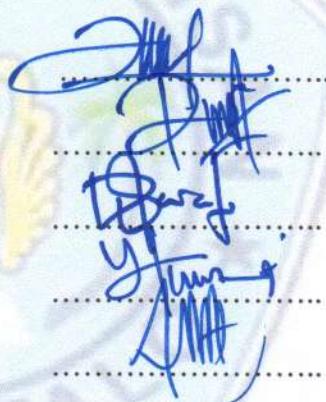
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG CURAH DI DESA TANGGA JAYA KECAMATAN DULUPI

HAIS DUAYAHU

P2218037

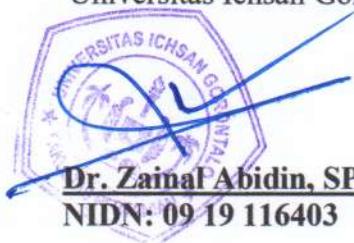
Diperiksa Oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)
Universitas Ichsan Gorontalo

1. Andi Lelanovita Sardianti, SP.MM
2. Irmawati, SP., M.Si
3. Darmiati Dahar, SP.,M.Si
4. Yulan Ismail, SP., M.Si
5. Asriani I Laboko, S.TP.,M.Si



Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Ichsan Gorontalo



Ketua Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naska dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sangsi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sangsi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Gorontalo, Januari 2022

Yang membuat pernyataan



ABSTRACT

HAIS DUAYAHU. P2218037. CONSUMER BEHAVIOR TOWARDS DECISIONS TO PURCHASE BULK COOKING OIL AT TANGGA JAYA VILLAGE, DULUPI SUBDISTRICT, BOALEMO DISTRICT

This study aims to find cultural, social, personal, and psychological factors that are the most influential in making a purchase decision for bulk cooking oil at Tangga Jaya Village, Dulupi Subdistrict, Boalemo District. This study employs a qualitative method, in which a scale is given so that it becomes quantitative data. The scale used in the questionnaire is the Likert scale, analyzed by using multiple regression analysis consisting of psychological factors (X1), personal factors (X2), social factors (X3), and cultural factors (X4). The number of samples in this study covers 20 respondents using the Slovin formula (20%). The results of the study explain the consumer behaviors in purchasing bulk cooking oil in terms of 4 factors, namely cultural, social, personal, and psychological factors that exist at Tangga Jaya Village, Dulupi Subdistrict, Boalemo District is in the strong category with a value of 73.0%.

Keywords: *bulk cooking oil, consumer, purchase.*

ABSTRAK

HAIS DUAYAHU. P2218037. PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG CURAH DI DESA TANGGA JAYA KECAMATAN DULUPI KABUPATEN BOALEMO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo. Metode penelitian ini bersifat kualitatif yang diberi skala sehingga menjadi data-data yang bersifat kuantitatif. Skala yang digunakan pada kuisioner yaitu skala likert yang dianalisis menggunakan analisis regresi berganda yang terdiri dari variabel faktor psikologi (X_1), faktor pribadi (X_2), faktor sosial (X_3), dan faktor bidaa (X_4). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 20 responden dengan menggunakan rumus slovin (20%). Hasil penelitian menjelaskan bahwa perilaku konsumen pada pembelian minyak goreng curah ditinjau dari 4 faktor yaitu faktor psikologi, faktor pribadi dan faktor sosial dan faktor budaya yang ada di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo berada pada kategori kuat dengan nilai 73,0%.

Kata kunci: konsumen, minyak goreng curah, pembelian.

MOTTO

Semua impian dapat menjadi kenyataan, andaikan kita memiliki

keberanian untuk mewujudkannya

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- ❖ Untuk kedua orang tua tercinta, terimah kasih atas dukungan dan pengorbanannya, sungguh cinta kasih kedua orang tua yang tulus, serta doa dan kasih sayangnya yang tak akan pernah saya lupakan.
- ❖ Untuk seluruh keluargaku,terimah kasih atas doa dan dukungannya
- ❖ Untuk dosen pembimbing yang telah membantu saya dalam proses pembuatan skripsi ini
- ❖ Untuk teman-teman seangkatan yang telah memberikan saran, dorongan dan semangat selama mengerjakan penelitian ini.

KATA PENGANTAR

AssalamuAlaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Puji syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kepada ALLAH SWT, karena atas kasih dan segala anugrah-Nya, sehingga Skripsi yang bejudul Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Curah di Deda Tangga Jaya Kecamatan Dulupi ini dapat terselesaikan dengan baik, untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.

Terimah kasih penulis berikan kepada **Ibu Andi Lelanovita Sardianti, SP.,MM** selaku Pembimbing I dan **Ibu Silvana Apriliani.,M.,Si** selaku pembimbing II yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Serta ucapan terimah kasuh kepada:

- Bapak Muh.Ichsan SE., M.Ak selaku ketua Yayasan Pengembang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Universitas Ichsan Gorontalo.
- Bapak Dr, Abdul Gaffar La Tjoke, Msi, Selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo.
- Bapak Dr, Zainal Abidin, SP.,M.Si. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.
- Ibu Darmiati Daha, SP.,M.Si. Selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Ichsan Gorontalo
- Bapak dan Ibu Dosen yang telah mendidik dan membimbing penulis dalam mengerjakan penelitian ini

- Teman-teman Pertanian yang telah memberikan saran, dorongan dan semangat selama mengerjakan penelitian ini.

Segala hormat dan terimah kasih yang tak terhingga penulis ucapkan kepada Ayahanda dan

Ibunda Ku tercinta atas kasih sayang,dorongan moril maupun materi dan doa, juga keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi beserta dorongan, teman dekat yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.

Sebagai manusi yang tak luput dari salah dan khilaf maka saran dan kritik, penulis harapkan dari dewan penguji dan semua pihak untuk menyempurnakan penulis penelitian lebih lanjut. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang berkepentingan

WassalamuAlaikum Warahmatulahi Wabarakatu.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Minyak Goreng	5
2.2. Konsumen	5
2.3. Perilaku Konsumen	6
2.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	6
2.5. Keputusan Pembelian	7

2.6. Kerangka Pikir	10
2.7. Hipotesis	11
BAB III. METODE PENELITIAN	12
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	12
3.2. Jenis Data	12
3.3. Metode Pengambilan Sampel	12
3.4. Metode Pengumpulan Data	13
3.5. Analisis Data	13
3.6. Definisi Operasional	15
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian	19
4.2. Karakteristik Responden.....	20
4.3. Hasil Analisis Skala Likert Perilaku Konsumen	22
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	26
5.1. Kesimpulan	26
5.2. Saran	26
DAFTAR PUSTAKA	27
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Jumlah Penduduk di Desa Tangga Jaya	19
2.	Tingkat Pendidikan Penduduk di Desa Tangga Jaya 2022	20
3.	Umur Responden di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi 2022	21
4.	Jumlah Tanggungan di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi 2022	21
5.	Pendapatan Konsumen di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi 2022.....	22
6.	Perilaku Konsumen Pada Pembelian Minyak Goreng Curah di Desa Tangga Jaya	23

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	29
2.	Indetitas Responden	32
3.	Jumlah Pendapatan	33
4.	Nilai Skor Indikator Perilaku Konsumen pada Pembelian Minyak Goreng Curah	34
5.	Nilai Skor Setiap Jawaban Pertanyaan.....	35
6.	Dokumen Penelitian.....	36

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pikir	10
2.	Wawancara Penelitian	36
3.	Wawancara Penelitian	36
4.	Minyak Curah Yang Siap Dipasarkan	37
5.	Minyak Curah Dijerigen	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minyak goreng merupakan salah satu komoditas dari sembilan bahan pokok yang cukup penting peranannya dalam perekonomian Indonesia. Minyak goreng dikonsumsi hampir seluruh masyarakat baik itu di tingkat rumah tangga maupun industri makanan. Penggunaan minyak goreng berfungsi sebagai medium penghantar panas, menambah rasa gurih, menambah nilai gizi dan kalori dalam makanan. Minyak goreng tersusun dari beberapa senyawa seperti asam lemak dan trigliserida (Martianto, 2005).

Minyak goreng yang tersedia di pasaran terbagi dalam dua segmen, yaitu minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan dengan merk/label tertentu. Minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan merupakan minyak goreng yang sama-sama hasil dari proses industri, namun memiliki perbedaan dari segi kualitas. Dimana minyak goreng curah yang hanya mengalami 1 kali proses pemurnian saja, memiliki kualitas yang lebih rendah jika dibandingkan dengan minyak goreng kemasan yang melalui 3 sampai 4 kali proses pemurnian.

Meskipun minyak goreng kemasan dianjurkan oleh pemerintah karena memiliki banyak keunggulan dari pada minyak goreng curah, hal tersebut tidak menghilangkan minat konsumen akan kebutuhannya terhadap minyak goreng curah. Hingga saat ini permintaan konsumen terhadap minyak goreng curah masih ada. Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu (Prathama, 2008).

Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang, yaitu:

(1) harga barang itu sendiri, (2) harga barang lain yang terkait, (3) tingkat pendapatan per kapita, (4) selera (5) jumlah penduduk, (6) perkiraan harga dimasa mendatang, (7) distribusi pendapatan, dan (8) usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan.

Secara lengkap hukum permintaan menyatakan bahwa “jika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan turun. Sebaliknya, jika harga suatu barang turun, maka jumlah barang yang diminta akan bertambah”. Hukum permintaan tersebut akan berlaku dengan asumsi faktor-faktor lain diluar harga harus dianggap konstan (Cateris Paribus) (Ahman, 2009).

Penduduk Kabupaten Boalemo, Kecamatan Dulupi khususnya Desa Tangga Jaya memiliki permintaan terhadap minyak goreng curah masih relatif tinggi dikarenakan selain karena harga minyak goreng curah yang masih lebih murah jika dibandingkan harga minyak goreng bermerek, konsumen pun dapat dengan mudah memperoleh dan membeli minyak goreng curah secara eceran di pasar tradisional terdekat. Berangkat dari fenomena itu peneliti merasa tertarik untuk meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peranan faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis dan faktor budaya terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo?
2. Faktor apakah yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis dapat memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo.
2. Untuk mengetahui Faktor yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun Kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan informasi yang melakukan penelitian ini sehingga tingkat keterlibatan konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian minyak goreng curah
2. Bagi Institusi pendidikan dan pihak lain, hasil kajian ini dapat dijadikan bahan studi kepustakaan untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Masyarakat, sebagai bahan masukan pada masyarakat untuk menambah wawasan khususnya kepada ibu-ibu rumah tangga dalam memilih minyak goreng.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Minyak Goreng

Minyak goreng adalah bahan pangan dengan komposisi utama trigliserida yang berasal dari bahan nabati dengan dan tanpa perubahan kimiawi termasuk hidrogenasi, pendinginan dan telah melalui proses rafinasi atau pemurnian yang digunakan untuk menggoreng (Badan SNI, 2013).

Minyak goreng yang dikonsumsi sehari hari sangat erat kaitannya dengan kesehatan. Terdapat dua jenis minyak goreng yaitu, minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan. Perbedaan minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan terletak pada penyaringannya yang berpengaruh terhadap kualitas minyak goreng. Minyak goreng kemasan mengalami dua kali penyaringan sedangkan minyak goreng curah mengalami satu kali penyaringan (Kukuh, 2010).

2.2 Konsumen

Menurut Dewi (2013), konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan. Sedangkan kepuasan konsumen adalah sejauh mana harapan para pembelian seorang konsumen dipenuhi atau bahkan dilebihi oleh sebuah produk. Jika harapan konsumen tersebut dipenuhi maka ia akan merasa puas, dan jika melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang. Konsumen dibagi menjadi dua kategori, yaitu konsumen personal dan konsumen organisasional. Konsumen personal adalah individual yang membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri, untuk penggunaan dalam

rumah tangga, anggota keluarga dan teman. Sedangkan konsumen organisasional merupakan sebuah perusahaan, agen pemerintah atau institusi profit maupun nonprofit lainnya yang membeli barang, jasa dan peralatan lain yang diperlukan yang digunakan agar organisasi tersebut dapat berjalan dengan baik.

2.3 Perilaku Konsumen

Kotler dan Keller (2011), mengatakan perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menghabiskan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Ristiyanti (2004), perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Jadi dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana membuat keputusan, baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya.

2.4. Faktor-faktor yang memperngaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2009), perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

2.4.1. Faktor Budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling besar dan luas terhadap perilaku konsumen. Seperangkat nilai, persepsi, prefensi, dan perilaku diperoleh dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

2.4.2. Faktor Sosial

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok refrensi/acuan, keluarga, serta peran dan status sosial.

2.4.3. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, nilai, kepribadian dan konsep diri pembeli.

2.4.4. Faktor Psikologis

Kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya.

2.5 Keputusan Pembelian

Keputusan membeli atau tidak merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut behavior dimana ia merujuk kepada tindakan fisik yang nyata dapat dilihat dan diukur oleh orang lain (Nitisusastro, 2012).

Menurut Setiadi (2003), Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Secara terperinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengenalan Kebutuhan yaitu Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya.

Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun eksternal dalam kasus pertama dari kebutuhan normal seseorang, yaitu rasa lapar, dahaga, atau seks meningkat hingga suatu tingkat tertentu dan berubah menjadi dorongan.

2. Pencarian Informasi yaitu Seseorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan dua tingkat, yaitu keadaan tingkat pencairan informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses mencari informasi secara aktif dimana konsumen mencari bahan-bahan bacaan, menelpon teman-temannya, dan melakukan kegiatan untuk mempelajari yang lain. Sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok:
 - a. Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
 - b. Sumber komersial: iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan dan pameran.
 - c. Sumber umum: media massa dan organisasi konsumen.
 - d. Sumber pengalaman : pernah menangani, menguji dan menggunakan produk.
3. Evaluasi Alternatif yakni, Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen mungkin mengembangkan seperangkat

kepercayaan merek tentang dimana setiap merek berada pada cari masing-masing kepercayaan merek menimbulkan citra merek.

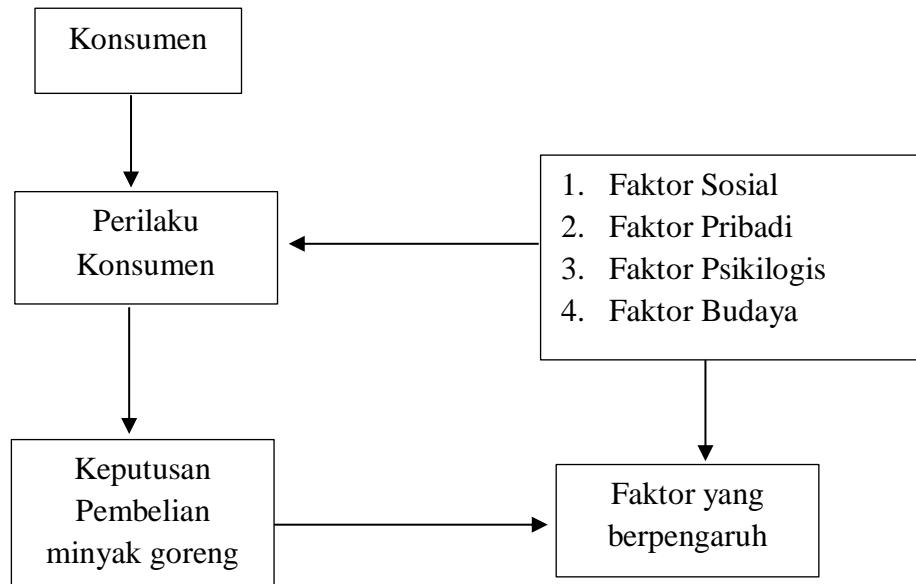
4. Keputusan membeli yakni Konsumen membentuk tujuan membeli merek yang disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seseorang akan tergantung pada dua hal yaitu : intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen, dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut (Setiadi 2010). Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli.
5. Perilaku sesudah pembelian. Menurut Setiadi (2010) Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Konsumen yang tidak puas akan mengambil satu atau dua tindakan yaitu: mereka mungkin akan mengurangi ketidak cocokannya dengan

meninggalkan atau mengembalikan produk tersebut, atau mereka mungkin berusaha mengurangi ketidak cocokannya dengan mencari informasi yang mungkin mengkonfirmasikan produk tersebut sebagai bernilai tinggi atau menghindari informasi yang mengkonfirmasikan produk tersebut bernilai rendah.

2.6 Kerangka Pikir

Konsumen adalah semua individu atau rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumen adalah aktivitas seseorang saat mendapatkan, mengkonsumsi, dan membuang barang atau jasa. Setiap individu memiliki perilaku masing-masing dalam mendapatkan atau membeli barang / jasa hingga mengkonsumsi atau memakainya.

Didalam negeri industri minyak goreng terbagi atas dua, yaitu minyak goreng curah dan minyak goreng bermerek. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli yaitu faktor konsumen itu sendiri dan faktor stimulus pemasaran. Alasan seseorang membeli suatu produk/jasa diidentifikasi dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut. Setelah memutuskan untuk memilih minyak goreng curah sebagai minyak goreng yang akan dibeli selanjutnya konsumen memutuskan jumlah pembelian. Adapun faktor-faktor yang diduga mempengaruhi jumlah pembelian yakni : harga minyak goreng itu sendiri, pendapatan konsumen dan jumlah tanggungan. Adapun skema dari kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir

2.7 Hipotesis

Berdasarkan identifikasi masalah dan landasan teori yang dibuat, maka hipotesis dari penelitian ini adalah

H0 : Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis tidak berperan pada keputusan pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kec. Dulupi.

H1 : Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis berperan pada keputusan pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kec. Dulupi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo. Penelitian dilakukan selama 3 bulan yaitu mulai bulan Oktober sampai dengan Desember tahun 2021.

3.2 Jenis Data

Data yang digunakan dalam menyusun penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data asli yang di kumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus (Istijanto, 2009). Data primer didapatkan dengan menggunakan kuisioner yang diisi oleh responden yang telah melakukan pembelian minyak goreng di Desa Tangga Jaya. Sedangkan data sekunder adalah data yang telah di kumpulkan oleh pihak lain bukan oleh periset sendiri untuk tujuan yang lain (Istijanto,2009).

Data sekunder diperoleh dari studi literatur dan buku-buku lainnya yang berkaitan dengan pembahasan, serta sumber lain diperoleh dari majalah, jurnal, koran maupun internet atau sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

3.2. Metode Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini jumlah yang ditentukan oleh peneliti sebesar 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang mengkonsumsi minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya. Jumlah sampel yang digunakan dengan Rumus Slovin yang digunakan untuk menentukan ukuran

minimal sampel yang dibutuhkan dari suatu populasi adapun rumusnya sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)} \quad \dots \dots \dots \text{(Amirin, 2011)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Nilai kritis yang digunakan (20%)

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)} = \frac{100}{(1+100 \cdot 0,2^2)} = \frac{100}{1+100 \cdot 0,04} = \frac{100}{5} = 20$$

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil adalah 20 orang

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data dilapangan adalah sebagai berikut :

1. Dokumentasi adalah pengumpulan data melalui pencacatan, gambar, foto, buku-buku, jurnal, dan data pada instansi yang terkait seperti Dinas Pertanian, dan Badan Pusat Statistik (BPS). Dokumentasi juga adalah bukti akurat dalam penelitian.
2. Melakukan metode wawancara dengan menggunakan kuesioner yang telah disusun sesuai dengan judul penelitian yang diteliti

3.4. Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis yang adalah skala likert.

Data yang bersifat kualitatif ini diberi skala sehingga menjadi data-data yang bersifat kuantitatif. Skala yang digunakan pada kuisioner yaitu skala likert. Menurut (Sugiyono, 2007), Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradiasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata yaitu:

1. Sangat setuju
2. Setuju
3. Ragu-ragu
4. Tidak setuju
5. Sangat tidak setuju

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, antara lain:

1. Sangat setuju (SS) 5
2. Setuju (ST) 4
3. Ragu-ragu (RG) 3
4. Tidak setuju (TS) 2
5. Sangat tidak setuju (STS) 1

Menurut Sarjono (2011) sebelum memasukan dalam kriteria interpretasi kita harus mengetahui interval (Jarak) dari interpretasi persen agar mengtahui penilaian dengan metode mencari interval skor persen digunakan rumus interval :

$$\text{Rumus Interval} = \frac{\text{total skor} \times 100}{\text{skor tertinggi/maksimal}}$$

Hasil yang didapat kemudian dimasukan dalam kriteria interpretasi skor berdasarkan interval berikut :

1. Angka 0% - 20% = tidak berperan
2. Angka 21% - 40% = kurang berperan
3. Angka 41% - 60% = ragu
4. Angka 61% - 80% = berperan
5. Angka 81% - 100% = sangat berperan

Instrument penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.

3.5 Definisi Operasional

Defenisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan.
2. Keputusan pembeli, merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan. Pencairan informasi, penelitian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, serta perilaku setelah pembelian.
3. Faktor Budaya

Faktor budaya ini terhadap beberapa komponen antara lain:

- a. Budaya merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seorang yang paling mendasar. Pemasar selalu berusaha mengenali pergerakan budaya untuk menemukan produk baru yang diinginkan

- b. Sub budaya merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya. Dapat dibedakan adanya empat macam sub-budaya, yaitu kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.
- c. Kelas sosial atau strata sosial yaitu pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku serupa. Kelas sosial terdiri dari pekerjaan, penghasilan, kesejahteraan dan tingkat pendidikan.

4. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku seseorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status.

- 1. Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok acuan juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang. Kelompok acuan menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek aktual seseorang.
- 2. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan ia telah menjadi obyek penelitian yang luas. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga prokreasi yaitu pasangan dan anak-anak.

3. Peran dan status, peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status, sebagai contoh manajer penjualan memiliki status yang lebih tinggi daripada pegawai kantor

4. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

- a) Usia dan tahap siklus hidup yaitu seperti konsumsi, pakaian, perabot dan rekreasi yang berbeda sepanjang hidupnya. Pemasar kerap mendefinisikan pasar sasarannya berdasarkan siklus/daur hidup, dan mengembangkan produk serta rencana pemasaran yang cocok.
- b) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi, pekerjaan seseorang sangat mempengaruhi pola konsumsinya. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok profesi yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka. Perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya untuk kelompok profesi tertentu.
- c) Gaya hidup, adalah pola hidup seseorang di dunia diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.
- d) Kepribadian dan konsep diri, kepribadian adalah karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan

yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Yang juga berkaitan dengan kepribadian adalah konsep diri (cita pribadi) yaitu bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri

5. Faktor Psikologi

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor psikologi yaitu, motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

- a) Motivasi adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak mencari kepuasan atau kebutuhan.
- b) Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seseorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.
- c) Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Para ahli teori pembelajaran yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara dorongan, rangsangan, petunjuk bertindak, tanggapan, dan penguatan
- d) Keyakinan dan sikap, keyakinan (*belief*) adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal. Sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Keadaan Umum Wilayah Penelitian

1. Keadaan Geografis

Desa Tangga Jaya Salah Satu Desa yang berada di Kecamatan Dulupi yang ada di Kabupaten Boalemo. Secara geografis Desa Tangga Jaya mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara berbatas dengan Bualo, Tangga Barito
2. Sebelah Selatan Polohungo, Tanah Putih, Pangi
3. Sebelah Timur berbatas dengan Desa Huongo
4. Sebelah Barat berbatas dengan lahumbo, Desa Piloliyanga

2. Penduduk

a. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Menurut data desa monografi Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo tercatat jumlah penduduk seluruhnya.

Tabel 1. Jumlah Penduduk di Desa Tangga Jaya

NO	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	Laki-Laki	749	51,17
2	Perempuan	715	48,83
	Jumlah	1464	100

Sumber ; Data Primer Setelah diolah 2021

2. Tingkat Pendidikan Penduduk

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Penduduk di desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo, 2021

NO	Uraian	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	SD	529	84.78
2	SMP	54	8.65
3	SMA	36	5.77
4	S1	5	0.80
Jumlah		624	100.00

Sumber : Data Primer Setelah 2021

Tabel 2 menunjukkan tingkat pendidikan di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo dengan jumlah pendidikan SD 529 jiwa persentase 84,78%, pendidikan SMP berjumlah 54 jiwa persentase 8,65%, pendidikan SMA berjumlah 36 orang persentase 5,77jiwa dan untuk S1 berumlah 5 orang persentase 0,80%.

4.2 Karakteristik Responden

1. Umur responden

Karakteristik responden pada penelitian ini menggambarkan mengenai deskripsi responden berdasarkan sampel penelitian yang telah diteliti. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi, umur responden, jumlah tanggungan, dan jumlah pendapatan. Berikut ini tabel 3 karateristik umur responden

Tabel 3. Umur responden di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo , 2021

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	25-35	5	25
2	36-46	10	50
3	47-57	4	20
4	>57	1	5
	Jumlah	20	100

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2021

Tabel 3 menunjukkan umur konsumen minyak goreng curah 25-35 berjumlah 5 orang (25%), kemuadian umur 36-46 tahun berjumlah 10 orang (50%), umur 47-57 tahun berjumlah 4 orang (20%) dan umur >57 tahun berjumlah 1 orang (5%), yang ada di desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo tergolong umur yang produktif.

2. Jumlah Tanggungan

Tabel 4. Jumlah Tanggungan di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo, 2021

No	Jumlah Tanggungan (jiwa)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0-1	3	15
2	2-3	13	65
3	>3	4	20
	Jumlah	20	100

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2021

Tabel 4 menunjukkan jumlah tanggungan keluarga yang ada di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo, tanggungan keluarga 0-1 jiwa berjumlah 3 orang persentase 15%, tanggungan keluarga 2-3 jiwa berjumlah 13 jiwa persentase 65%, dan jumlah tanggungan >3 jiwa berjumlah 4 jiwa persentase 20%.

3. Jumlah Pendapatan

Pendapatan adalah hasil (uang) yang diperoleh responden dalam mengelola usahanya. Semakin besar pendapatan yang diperoleh maka akan berpengaruh pada daya beli terhadap suatu produk. Berikut ini tabel 5 komposisi pendapatan konsumen minyak goreng curah di desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo.

Tabel 5. Pendapatan Konsumen di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo, 2021

No	Pendapatan (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	500.000 – 700.000	10	50
2	1.000.000	3	15
3	1.500.000	7	35
Jumlah		20	100

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2021

Tabel 5 menunjukkan komposisi pendapatan selama 1 bulan oleh konsumen minyak goreng curah, pendapatan Rp.500.000-Rp.700.000 berjumlah 50 orang persentase 50%, besaran pendapatan Rp.1.000.000 berjumlah 3 orang persentase 15%, dan pendapatan Rp.1.500.000 berjumlah 7 orang persentase 35%. Pendapatan ini menggambarkan bahwa pendapatan konsumen minyak goring curah di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo masih tergolong rendah.

4.3 Hasil Analisis Skala Likert Perilaku Konsumen

Memahami perilaku konsumen perlu dipahami siapa konsumen, sebab dalam suatu lingkungan yang berbeda akan memiliki kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda. Yang menjadi fokus penelitian ini adalah pada faktor

yang mempengaruhi konsumen perilaku konsumen yaitu faktor psikologi, faktor pribadi dan faktor sosial. Berikut ini tabel 6 hasil interpretasi skor terhadap faktor perilaku konsumen di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo.

Tabel 6. Perilaku Konsumen Pada Pembelian Minyak Goreng Curah Di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo

No	Indikator Perilaku Konsumen	Nilai Skoring	Nilai Skoring Maksimal	Persentase	Kriteria Interpretasi Skoring
1	Psikologi	228	80	57,0	Ragu
2	Pribadi	235	60	78,3	Kuat
3	Sosial	494	80	79,0	Sangat Kuat
4	Budaya	494	80	79,0	Sangat Kuat
Total		957	220	73,0	Kuat

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai skoring tertinggi pada indikator faktor sosial dan faktor budaya yaitu 79,0% dan yang terrendah pada indikator faktor psikologi yaitu 57,0% sedang indikator faktor pribadi adalah 78,3% yang artinya perilaku konsumen pada faktor pribadi perannya kuat.

Adapun pengaruh perilaku konsumen pada pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo adalah sebagai berikut :

1. Perilaku Konsumen Dari Faktor Psikologi

Faktor psikologi sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antipasinya pada waktu masa akan datang. Pilihan barang yang dibeli seseorang

lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor psikologi yang penting, kebutuhan yang cukup untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan.

Perilaku konsumen pada pembelian minyak goreng curah ditinjau dari faktor psikologi di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo dengan analisis data menggunakan skala likert berada pada angka 57,0% atau masuk dalam kategori ragu.

2. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan karakteristik psikologi seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Keputusan membeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, dan situasi ekonomi.

Perilaku konsumen pada pembelian minyak goreng curah ditinjau dari faktor pribadi di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo dengan analisis data menggunakan skala likert berada pada angka 78,3% atau masuk dalam kategori kuat. Sehingga perilaku konsumen dalam melakukan pembelian minyak goreng curah dipengaruhi oleh faktor pribadi.

3. Faktor Sosial

Faktor sosial sering dikaitkan dengan kelas sosial yang merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarki dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang

serupa. Kelas sosial ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan, pendidikan dan kekayaan.

Perilaku konsumen pada pembelian minyak goreng curah ditinjau dari faktor pribadi di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo dengan analisis data menggunakan skala likert berada pada angka 79,0% atau masuk dalam kategori kuat. Sehingga perilaku konsumen dalam melakukan pembelian minyak goreng curah dipengaruhi oleh faktor sosial.

4. Faktor Budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling besar dan luas terhadap perilaku konsumen. Seperangkat nilai, persepsi, prefensi, dan perilaku diperoleh dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

Perilaku konsumen pada pembelian minyak goreng curah ditinjau dari faktor budaya di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo dengan analisis data menggunakan skala likert berada pada angka 79,0% atau masuk dalam kategori kuat. Sehingga perilaku konsumen dalam melakukan pembelian minyak goreng curah dipengaruhi oleh faktor budaya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen pada pembelian minyak goreng curah ditinjau dari 4 faktor yaitu faktor psikologi, faktor pribadi dan faktor sosial dan faktor budaya yang ada di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo berada pada kategori kuat dengan nilai 73,0%.

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya pemerintah perlu memperhatikan penyebab perilaku konsumen pada pembelian minyak goreng curah ditinjau dari 4 faktor yaitu faktor psikologi, faktor pribadi dan faktor sosial dan faktor budaya yang ada di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi demi meningkatkan penjualan/pembelian yang ada dipasaran demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
2. Sebagai produsen minyak goreng curah agar lebih mengamati perilaku konsumen agar dapat mengambil langkah-langkah strategis dalam meningkatkan penjualannya.

DAFTAR PUSTAKA

Amirin, T., 2011, Populasi Dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin, Erlangga, Jakarta.

Arikunto, Suharsini. 2006. *Hipotesis Penelitian*. Bandung : PT Rosda

Ahman, E., & Rohmana , Y. (2009). *Teori Ekonomi Mikro*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Badan Standarisasi Nasional. SNI-3741-2013 (*Standart Mutu Minyak Goreng*). Badan Standarisasi Nasional : Jakarta.

Dewi, Fadila. 2013. *Perilaku Konsumen*. Citrabooks Indonesia. Palembang.

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hartono. 2004. *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Istijanto, 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kukuh, 2010. *Minyak Goreng yang Baik*. <http://www.kompasiana.com>. [Diakses 3/2021].

Kotler dan Amstrong. 2001. Erlangga *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga

Martianto, D. 2005. *Pengembangan Diversifikasi Konsumsi Pangan*. Seminar Pengembangan Diversifikasi Pangan. 21 Oktober. Bappenas. Jakarta.

Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta, 2012

Prathama Rahardja, Mandala Manurung. Teori Ekonomi Makro. Jakarta: LPFEUI. 2008.

Ristiyanti. 2003. *Perilaku Konsumen*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Setya Wacana. Salatiga

Setiadi, J. Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, Kencana. Jakarta.

Lampiran 1 Kuesioner

KUISIONER/DAFTAR PERTANYAAN**A. IDETITAS RESPONDEN (beri tanda centang)**

Nama :
 Usia : Kurang dari 20 tahun
 : 20-25 tahun
 : 25-30 tahun
 : 30-35 tahun
 : Lebih dari 35 tahun
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 : Perempuan
 Pendapatan perbulan :Rp. 1.000.000-2.000.000
 :Rp. 1.000.000-3.000.000
 :>Rp. 3.000.000
 Jumlah Tanggungan :1 3 >4
 2 4

B. PETUNJUK PENGISIAN

Setiap pernyataan dibawah ini mohon diberikan respon dengan memberi tanda centang pilihan pada skala 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

SS :Sangat Setuju
 ST :Setuju
 RG :Ragu-ragu
 TS :Tidak setuju
 STS :Sangan tidak setuju

Pernyataan yang berkaitan dengan : Faktor Psikologi						
No	Pernyataan	STS	TS	RG	ST	SS
1	Saya membeli minyak goreng curah karena harganya relatif terjangkau				20	
2	Saya membeli minyak goreng curah karena mengikuti trend terbaru	3	17			
3	Kenyamanan tempat mempengaruhi saya dalam pembelian minyak goreng curah		4	1	15	
4	Saya membeli minyak goreng curah karena banyak konsumen lain yang membeli		20			

Pernyataan yang berkaitan dengan :
Faktor Pribadi

No	Pernyataan	STS	TS	RG	ST	SS
1	Saya membeli minyak goreng curah karena sesuai dengan trend saat ini	5	15			
2	Pekerjaan saya mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian minyak goreng curah		1		18	1
3	Kondisi keuangan saya sesuai dengan harga yang ditawarkan		1		18	1
4	Gaya hidup praktis mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian minyak goreng curah		1		19	

Pernyataan yang berkaitan dengan :
Faktor Sosial

No	Pernyataan	STS	TS	RG	ST	SS
1	Orang-orang disekitar mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kec. Dulupi	1	19			
2	Saya membeli minyak goreng curah karena pengaruh keluarga saya	1	19			
3	Saya membeli minyak goreng curah karena pengaruh orang tua saya		19		1	
4	Saya membeli minyak goreng curah agar dapat menggambarkan status sosial	2	18			

Pernyataan yang berkaitan dengan : Faktor budaya						
No	Pernyataan	STS	TS	RG	ST	SS
1	Gaya hidup sehat mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kec. Dulupi					
2	Saya membeli minyak goreng curah karena tetangga dilingkungan saya					
3	Saya membeli minyak goreng curah karena dirumah saya selalu memasak menggunakan minyak goreng curah					
4	Saya membeli minyak goreng curah agar dapat menggambarkan status sosial					

Lampiran 2 Identitas Responden

No	Nama	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Jumlah tanggungan
1	Eta Husain	42	Perempuan	3
2	Mentris Ortina	37	Perempuan	4
3	Warni Palaki	42	Perempuan	3
4	Asni Palaki	35	Perempuan	4
5	Santi Ladiku	35	Perempuan	4
6	Sarniati Samai	36	Perempuan	2
7	Astin Husula	35	Perempuan	3
8	Herlin Duayahu	50	Perempuan	3
9	Ratna Ismail	40	Perempuan	3
10	Hastin Nasibu	39	Perempuan	3
11	Rasuna Ismail	42	Perempuan	3
12	Elis Naipo	42	Perempuan	2
13	Ade Mombi	62	Perempuan	1
14	Afnia Adam	25	Perempuan	2
15	Lisman Duayahu	38	Perempuan	1
16	Asrin Duayahu	48	Perempuan	1
17	Aida Duayahu	47	Perempuan	3
18	Arlin Akutali	50	Perempuan	2
19	Anatasya Mustapa	32	Perempuan	4
20	Rosita Husain	44	Perempuan	3

Lampiran 3 Jumlah Pendapatan

No	Nama	Jumlah pendapatan
1	Eta Husain	Rp 500.000
2	Mentris Ortina	Rp 1.500.000
3	Warni Palaki	Rp 500.000
4	Asni Palaki	Rp 1.000.000
5	Santi Ladiku	Rp 500.000
6	Sarniati Samai	Rp 500.000
7	Astin Husula	Rp 500.000
8	Herlin Duayahu	Rp 1.000,000
9	Ratna Ismail	Rp 1.000.000
10	Hastin Nasibu	Rp 500.000
11	Rasuna Ismail	Rp 700.000
12	Elis Naipo	Rp 700.000
13	Ade Mombi	Rp 1.000.000
14	Afnia Adam	Rp 1.500.000
15	Lisman Duayahu	Rp 500.000
16	Asrin Duayahu	Rp 500.000
17	Aida Duayahu	Rp 1.000.000
18	Arlin Akutali	Rp 500.000
19	Anatasya Mustapa	Rp 1.500.000
20	Rosita Husain	Rp 1.000.000

Nilai Skor Indikator Perilaku Konsumen Pada
Pembelian Minyak goreng Curah

Lampiran 4.

Indikator	Soal No.	Jumlah Skor Yang Menjawab (Orang)					Jumlah Responden
		5	4	3	2	1	
PSIKOLOGI	1	0	20	0	0	0	20
	2	0	0	0	17	3	20
	3	0	13	1	6	0	20
	4	0	2	0	18	0	20
Jumlah		0	35	1	41	3	80
PRIBADI	1	1	18	0	1	0	20
	2	0	19	0	1	0	20
	3	0	19	0	1	0	20
Jumlah		1	56	0	3	0	60
SOSIAL	1	0	0	0	20	0	20
	2	0	0	0	19	1	20
	3	0	0	2	18	0	20
	4	2	0	0	17	1	20
Jumlah		2	0	2	74	2	80

Lampiran 5. Nilai Skor setiap jawaban pertanyaan

Indikator	Uraian	Skor	Nilai Skor Jawaban
PSIKOLOGI	Skor 5 dijawab sebanyak 0 pernyataan sikap	5 : 0	0x5= 0
	Skor 4 dijawab sebanyak 35 pernyataan sikap	4 : 35	35x4= 140
	Skor 3 dijawab sebanyak 1 pernyataan sikap	3 : 1	1x3= 3
	Skor 2 dijawab sebanyak 41 pernyataan sikap	2 : 41	41x2= 82
	Skor 1 dijawab sebanyak 3 pernyataan sikap	1 : 3	3x1= 3
	Jumlah		228
PRIBADI	Skor 5 dijawab sebanyak 1 pernyataan sikap	5 : 1	1x5= 5
	Skor 4 dijawab sebanyak 56 pernyataan sikap	4 : 56	56x4= 224
	Skor 3 dijawab sebanyak 0 pernyataan sikap	3 : 0	0x3= 0
	Skor 2 dijawab sebanyak 3 pernyataan sikap	2 : 3	3x2= 6
	Skor 1 dijawab sebanyak 0 pernyataan sikap	1 : 0	0x1= 0
	Jumlah		235
SOSIAL	Skor 5 dijawab sebanyak 2 pernyataan sikap	5 : 2	2x5= 335
	Skor 4 dijawab sebanyak 0 pernyataan sikap	4 : 0	0x4= 0
	Skor 3 dijawab sebanyak 3 pernyataan sikap	3 : 3	3x3= 9
	Skor 2 dijawab sebanyak 74 pernyataan sikap	2 : 74	74x2= 148
	Skor 1 dijawab sebanyak 2 pernyataan sikap	1 : 2	2x1= 2
	Jumlah		494

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Wawancara Penelitian



Gambar 2. Wawancara Penelitian



Gambar 3. Minyak Curah yang siap dipasarkan



Gambar 4. Minyak Curah di jerigen



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
LEMBAGA PENELITIAN**

Kampus Unisan Gorontalo Lt.3 - Jln. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975 E-Mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 3630/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/X/2021

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Kepala KESBANGPOL Kabupaten Boalemo

di,-

Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulham, Ph.D

NIDN : 0911108104

Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesedianya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Hais Duayahu

NIM : P2218037

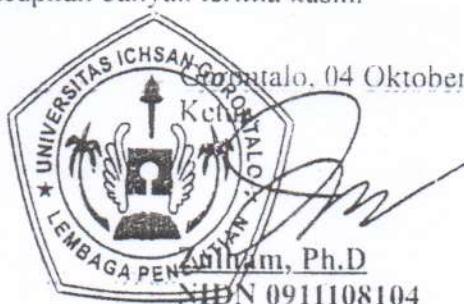
Fakultas : Fakultas Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Lokasi Penelitian : DESA TANGGA JAYA KECAMATAN DULUPI KABUPATEN BOALEMO

Judul Penelitian : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG CURAH DI DESA TANGGA JAYA KECAMATAN DULUPI

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.





PEMERINTAH KABUPATEN BOALEMO

KANTOR KESBANG POL & LINMAS

Alamat : JL. Sultan Hurudji Desa Modelomo Kec. Tilamuta Kab. Boalemo

REKOMENDASI

Nomor : 070/KesbangPol/04/I/2021

Kepala Kantor Kesbang Pol & Linmas Kabupaten Boalemo, setelah membaca Surat dari Ketua Lemlit Universitas Ichsan Gorontalo. Nomor : 3630/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/X/2021 Tanggal 4 Oktober 2021 Perihal Permohonan Penelitian maka dengan ini memberikan Rekomendasi kepada :

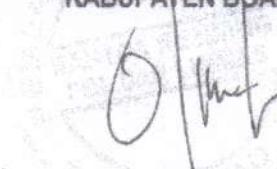
Nama : Hals Duayahu
NIM : P2218037
Fak/Prodi : Pertania/Agribisnis
Alamat : Desa Tangga jaya Kecamatan Dulipi Kabupaten Boalemo
Judul Penelitian : "Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Curah Didesa Tangga jaya Kecamatan Dulipi"
Lokasi Penelitian : Didesa Tangga jaya Kecamatan Dulipi Kabupaten Boalemo
Waktu : 3.(tiga) Bulan Terhitung sejak Tanggal 16 Oktober s/d 16 Desember 2021

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1 Selama mengadakan Penelitian agar menjaga keamanan dan ketertiban, serta melapor kepada Pemerintah setempat yang menjadi obyek penelitian.
- 2 Tidak dibenarkan menggunakan rekomendasi ini untuk kegiatan yang tidak ada kaitannya dengan Penelitian.
- 3 Setelah melakukan Penelitian agar menyampaikan 1 eksemplar laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kab. Boalemo Cq. Kakan Kesbang Pol Kab. Boalemo
- 4 Surat rekomendasi ini akan dicabut kembali atau dinyatakan tidak berlaku apabila peneliti tidak memtaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian Rekomendasi ini diberikan untuk dipergunakan seperlunya.

Tilamuta, 20 Desember 2021
KEPALA KANTOR KESBANG POL
KABUPATEN BOALEMO


ASNI ABUBAKAR JUSUF, S.Pd
NIP. 197004042010012002

Tembusan :

- 1 Yth. Plt Bupati Boalemo (Sebagai Laporan)
- 2 Yth. Ketua Lemlit UNISAN Gorontalo
- 3 Yth. Camat Dulipi Kabupaten Boalemo
- 4 Yth. Kades Tangga Jaya



PEMERINTAH KABUPATEN BOALEMO
KECAMATAN DULUPI
DESA TANGGA JAYA

Alamat : Jl Hulao Desa Tangga Jaya No Telp. 0345 - 7770104

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : 140 / DTJ-DLP / I / 14 / 2022

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Kepala Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: HAIS DUAYAHU
Nim	: P2218037
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Program Studi	: Agribisnis
Alamat Penelitian	: Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo

Yang tersebut namanya diatas adalah benar-benar Mahasiswi Universitas Iksan Gorontalo dan telah melaksanakan penelitian dengan Judul **" Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Curah "** Di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangga Jaya, 10 Januari 2022
Kepala Desa Tangga Jaya



Safrudin Lamusu, A.Md.Kom



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
FAKULTAS PERTANIAN**

Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Tip/Fax.0435.829975-0435.829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI
No: 114/FP-UIG/I/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Zainal Abidin,S.P., M.Si
NIDN/NS : 0919116403/15109103309475
Jabatan : Dekan

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Hais Duayahu
NIM : P2218037
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Judul Skripsi : Perilaku Konsumen Pada Keputusan Pembelian Minyak Goreng Curah Di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo

Sesuai hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi **Turnitin** untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil *Similarity* sebesar 20%, berdasarkan Peraturan Rektor No. 32 Tahun 2019 tentang Pendekripsi Plagiat pada Setiap Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Ihsan Gorontalo, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 30%, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIASI** dan layak untuk diujiankan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 03 Januari 2022
Tim Verifikasi,

Mengetahui
Dekan



Dr. Zainal Abidin, S.P., M.Si
NIDN/NS: 0919116403/15109103309475

Darmiati Dahar, S.P., M.Si
NIDN : 09 180886 01

Terlampir :

Hasil Pengecekan Turnitin

PAPER NAME

hais duayahu.docx

AUTHOR

hais duayahu

WORD COUNT

4601 Words

CHARACTER COUNT

29173 Characters

PAGE COUNT

30 Pages

FILE SIZE

113.3KB

SUBMISSION DATE

May 30, 2022 10:13 PM GMT+7

REPORT DATE

May 30, 2022 10:15 PM GMT+7

● 20% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 19% Internet database
- Crossref database
- 3% Submitted Works database
- 5% Publications database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Small Matches (Less than 25 words)

● 20% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 19% Internet database
- Crossref database
- 3% Submitted Works database
- 5% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

Rank	Source	Category	Similarity (%)
1	repository.umsu.ac.id	Internet	9%
2	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-08-01	Submitted works	1%
3	repositori.umsu.ac.id	Internet	1%
4	digilib.unhas.ac.id	Internet	1%
5	digilib.unila.ac.id	Internet	<1%
6	text-id.123dok.com	Internet	<1%
7	repository.stiesia.ac.id	Internet	<1%
8	coursehero.com	Internet	<1%

9	media.neliti.com	<1%
	Internet	
10	edoc.pub	<1%
	Internet	
11	eprints.undip.ac.id	<1%
	Internet	
12	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-07-31	<1%
	Submitted works	
13	eprints.mdp.ac.id	<1%
	Internet	
14	bamaandrew.wordpress.com	<1%
	Internet	

ABSTRACT

HAIS DUAYAHU. P2218037. CONSUMER BEHAVIOR TOWARDS DECISIONS TO PURCHASE BULK COOKING OIL AT TANGGA JAYA VILLAGE, DULUPI SUBDISTRICT, BOALEMO DISTRICT

This study aims to find cultural, social, personal, and psychological factors that are the most influential in making a purchase decision for bulk cooking oil at Tangga Jaya Village, Dulupi Subdistrict, Boalemo District. This study employs a qualitative method, in which a scale is given so that it becomes quantitative data. The scale used in the questionnaire is the Likert scale, analyzed by using multiple regression analysis consisting of psychological factors (X1), personal factors (X2), social factors (X3), and cultural factors (X4). The number of samples in this study covers 20 respondents using the Slovin formula (20%). The results of the study explain the consumer behaviors in purchasing bulk cooking oil in terms of 4 factors, namely cultural, social, personal, and psychological factors that exist at Tangga Jaya Village, Dulupi Subdistrict, Boalemo District is in the strong category with a value of 73.0%.

Keywords: consumer, purchase, bulk cooking oil



ABSTRAK

HAIS DUAYAHU. P2218037. PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG CURAH DI DESA TANGGA JAYA KECAMATAN DULUPI KABUPATEN BOALEMO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian minyak goreng curah di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo. Metode penelitian ini bersifat kualitatif yang diberi skala sehingga menjadi data-data yang bersifat kuantitatif. Skala yang digunakan pada kuisioner yaitu skala likert yang dianalisis menggunakan analisis regresi berganda yang terdiri dari variabel faktor psikologi (X_1), faktor pribadi (X_2), faktor sosial (X_3), dan faktor bidaa (X_4). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 20 responden dengan menggunakan rumus slovin (20%). Hasil penelitian menjelaskan bahwa perilaku konsumen pada pembelian minyak goreng curah ditinjau dari 4 faktor yaitu faktor psikologi, faktor pribadi dan faktor sosial dan faktor budaya yang ada di Desa Tangga Jaya Kecamatan Dulupi Kabupaten Boalemo berada pada kategori kuat dengan nilai 73,0%.

Kata kunci: konsumen, pembelian, minyak goreng curah



RIWAYAT HIDUP



Penulis bersama HAIS DUAYAHU (NIM P2218037) Lahir di Desa Tangga Jaya pada tanggal 18 mei tahun 2000. Penulis adalah anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan suami istri Bapak Ishak Duayahu dan Ibu Warni Palaki .

Penulis menempuh pendidikan formal yang di awali di SDN 06 Dulupi masuk pada tahun 2006 dan lulus pada tahun 2012. Selanjutnya , penulis melanjutkan pendidikan di SMP 04 DULUPI , lulus pada tahun 2015, dan kemudian penulis melanjutkan di SMA N 1 Tilamuta, lulus pada tahun 2018. Pada tahun yang sama penulis mendaftarkan diri sebagai mahasiswa dan diterima di Universitas Ichsan Gorontalo Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian