

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MINYAK GORENG KEMASAN DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Syifa Nur Rahmah

RINGKASAN

Minyak goreng adalah salah satu bahan kebutuhan pokok yang dikonsumsi oleh hampir semua masyarakat Indonesia. Fluktuasi harga minyak goreng berdampak pada harga produk olahan berbahan minyak yang menjadi konsumsi masyarakat. Pola peralihan konsumsi masyarakat yaitu minyak goreng curah ke minyak goreng kemasan bermerek semakin meningkat. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis karakteristik konsumen minyak goreng kemasan, menganalisis faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis, kualitas, fitur, desain, merek, kemasan, dan harga yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng kemasan di Kota Bandar Lampung. Data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linear berganda dengan metode *backward*. Karakteristik konsumen minyak goreng kemasan di Chandra Super Store Tanjung Karang Kota Bandar Lampung merupakan konsumen dengan rentang usia 36-50 tahun dengan rata-rata pekerjaan adalah Ibu rumah tangga, berjenis kelamin perempuan, dengan tingkat pendapatan lebih dari Rp 3.000.000 yang memiliki jumlah tanggungan kurang dari 1. Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis, kualitas, fitur, desain, merek, kemasan, dan harga yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng kemasan di Kota Bandar Lampung. Faktor budaya, pribadi, psikologis, kualitas, desain, merek, kemasan, dan harga yang memiliki pengaruh dalam keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng kemasan. Tingkat kepercayaan faktor sebesar 84.2% terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan.