

ABSTRAK

Nama: Muhammad Fadhil Wafi, NPM : 71230712035. Analisis Faktor Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Minyak Goreng Kemasan di Pasar Simpang Limun Medan. Di Bimbing Oleh Bapak Dr. Mhd. Ilham Riyadh, S.P.M.Si Sebagai Dosen Pembimbing I dan ibu Hj. Henny Pratiwi S.P M.M Sebagai Dosen Pembimbing II.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah Kebudayaan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen terhadap pembelian minyak goreng kemasan di Pasar Simpang Limun Medan, apakah Sosial berpengaruh terhadap keputusan konsumen terhadap pembelian minyak goreng kemasan di Pasar Simpang Limun Medan, apakah Pribadi berpengaruh terhadap keputusan konsumen terhadap pembelian minyak goreng kemasan di Pasar Simpang Limun Medan, dan apakah Psikologi berpengaruh terhadap keputusan konsumen terhadap pembelian minyak goreng kemasan di Pasar Simpang Limun Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap keputusan konsumen terhadap pembelian minyak goreng kemasan di Pasar Simpang Limun Medan.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Simpang Limun Medan selama 2 (dua) bulan diawali dari penyusunan proposal, ijin wilayah penelitian, penentuan unit yang akan dianalisis, pengumpulan data dan fakta di lapangan sampai dengan pengolahan dan analisis data dan seluruh konsumen yang berbelanja minyak goreng kemasan menjadi populasi serta peneliti mengambil sampel sebesar 96 responden.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dan simultan bahwa Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan di Pasar Simpang Limun Medan, dan Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis telah memenuhi Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Heterokedasitas dan Uji Multikolinieritas).

Kata Kunci : Keputusan Konsumen, Pembelian, Minyak Goreng Kemasan

ABSTRACT

Name: Muhammad Fadhil Wafi, NPM: 71230712035. Analysis of Consumer Decision Factors on Purchasing Packaged Cooking Oil at Simpang Limun Market Medan. Guided by Mr. Dr. Mhd. Ilham Riyadh, S.P.M.Si as Supervisor I and Mrs. Hj. Henny Pratiwi S.P M.M as Supervisor II.

The formulation of the problem in this study is whether Culture influences Consumer Decisions on purchasing packaged cooking oil at Simpang Limun Market Medan, whether Social influences consumer decisions on purchasing packaged cooking oil at Simpang Limun Market Medan, whether Personal influences consumer decisions on purchasing packaged cooking oil at Simpang Limun Market Medan, and whether Psychology influences consumer decisions on purchasing packaged cooking oil at Simpang Limun Market Medan. The purpose of this study is to determine and analyze the influence of Culture, Social, Personal and Psychology on consumer decisions on purchasing packaged cooking oil at Simpang Limun Market Medan.

This research was conducted at Simpang Limun Market, Medan for 2 (two) months starting from the preparation of the proposal, research area permit, determination of the unit to be analyzed, data collection and facts in the field to data processing and analysis and all consumers who shop for packaged cooking oil become the population and the researcher took a sample of 96 respondents.

Based on the research results, it can be concluded that the influence of independent variables on dependent variables partially and simultaneously is that Culture, Social, Personal and Psychological have a positive and significant influence on purchasing decisions for packaged cooking oil at Simpang Limun Market, Medan, and Culture, Social, Personal and Psychological have met the Classical Assumption Test (Normality Test, Heteroscedasticity Test and Multicollinearity Test).

Keywords: Consumer Decisions, Purchases, Packaged Cooking Oil