

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI BUMBU INSTAN SAJIKU
(Studi Kasus Konsumen di Surya Mart Kabupaten Ponorogo)**

SKRIPSI



Oleh :

BERLIANA RAHMAWATI

NPM. 18024010079

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA
TIMUR
SURABAYA
2023**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI BUMBU INSTAN SAJUKU
(Studi Kasus Konsumen di Surya Mart Kabupaten Ponorogo)**

SKRIPSI



Oleh :

BERLIANA RAHMAWATI
NEM. 18024010079

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA**

2023

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI BUMBU INSTAN SAJIKU
(Studi Kasus Konsumen di Surya Mart Kabupaten Ponorogo)**


Oleh :

BERLIANA RAHMAWATI
NPM. 18024010079

Telah diterima pada tanggal
04 Desember 2023

Pembimbing Pendamping


Pembimbing Utama


Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP.
NIP. 19620712 199103 2001


Prof. Dr. Ir. Tegun Soedarto, MP.
NIP. 19560620 198703 1004

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI BUMBU INSTAN SAJIKU
(Studi Kasus Konsumen di Surya Mart Kabupaten Ponorogo)**

Oleh:

BERLIANA RAHMAWATI
NPM. 18024010079

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada hari Senin tanggal 27 November 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP.
NIP. 19560620 198703 1004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Wanti Mindari, MP.
NIP. 19631208 199003 2001

Dr. Ir. Nuriah Zulfati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No. 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme. Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI BUMBU INSTAN SAJIKU (Studi Kasus Konsumen di Surya Mart Kabupaten Ponorogo)** Menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 04 Desember 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Berliana Rahmawati
18024010079

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah dan rahmat yang selalu dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Bumbu Instan Sajiku“. Shalawat serta salam penulis limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabatnya.

Penulis mengalami berbagai hambatan dalam penyusunan skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh sebab itu, penulis sampaikan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP. selaku dosen pembimbing utama skripsi.
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP. selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur serta dosen pembimbing pendamping skripsi.
4. Konsumen di Surya Mart Kabupaten Ponorogo yang meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner.
5. Kedua orangtua dan keluarga yang selalu memberi doa dan dukungan tanpa henti.
6. Bagus Helmi Dharmawan yang selalu memberikan semangat dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

7. Teman-teman penulis dari grup Apolline seperti Arwinda, Dhea, Feral, Hanifa, Syafira, Minda dan grup BPJS Elfira, Shelvia, dan Salsa yang selalu memberi motivasi dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk memperbaiki dan membangun skripsi ini. Demikian kata pengantar dari penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan juga pembaca.

Surabaya, 04 Desember 2023

Penulis

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI BUMBU INSTAN SAJIKU
(Studi Kasus Konsumen di Surya Mart Kabupaten Ponorogo)**

Berliana Rahmawati¹, Teguh Soedarto², Nuriah Yuliati³

Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa
Timur

*Corresponding author : teguh_soedarto@upjatim.ac.id

ABSTRAK

Pola hidup masyarakat terdiri dari gaya hidup, adat istiadat, serta pola pangan. Pola konsumsi seseorang dapat mencerminkan gaya hidupnya. Masyarakat memiliki gaya hidup yang berbeda-beda, seperti gaya hidup menengah keatas dan gaya hidup menengah ke bawah. Masyarakat di era modern ini cenderung menyukai hal-hal yang praktis, instan terutama dalam hal memasak. Bumbu instan siap pakai menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam memasak, dikarenakan penggunaannya yang praktis dan tidak memakan banyak waktu. Selain itu, harga bumbu instan juga sangat ekonomis. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen bumbu instan Sajiku, mengetahui persepsi konsumen terhadap bumbu Sajiku dan menganalisis pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli bumbu instan Sajiku. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang dilakukan di Surya Mart Kabupaten Ponorogo. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 50 orang yang membeli bumbu instan Sajiku di Surya Mart Kabupaten Ponorogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen bumbu instan Sajiku di Surya Mart Kabupaten Ponorogo diperoleh sebagian besar berjenis kelamin perempuan, berusia 21-25 tahun, memiliki pendidikan terakhir SMA/Sederajat, sebagai pelajar/mahasiswa, memiliki pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 tiap bulan, membeli bumbu instan Sajiku satu kali dalam sebulan, mengeluarkan uang sebesar Rp. 10.000 – Rp. 20.000 untuk pembelian bumbu, membeli 4-6 bungkus setiap satu kali transaksi, dan membeli bumbu instan secara terencana. Penilaian persepsi terhadap kualitas produk bumbu instan Sajiku dan kualitas pelayanan di Surya Mart Kabupaten Ponorogo, konsumen memberikan persepsi yang cukup baik. Faktor pribadi, faktor lingkungan sosial, faktor psikologis, dan faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Kata kunci : Keputusan pembelian; Karakteristik konsumen; Persepsi konsumen; Faktor pribadi; Faktor Lingkungan Sosial; Faktor Psikologis; Faktor Budaya.

**ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER DECISIONS
IN BUYING INSTANT SEASONING SAJIKU
(Consumer Case Study at Surya Mart Ponorogo Regency)**

Berliana Rahmawati¹, Teguh Soedarto², Nuriah Yuliati³

Faculty of Agriculture, University of Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa
Timur

*Corresponding author : teguh_soedarto@upjatim.ac.id

ABSTRACT

People's lifestyle consists of lifestyle, customs, and food patterns. A person's consumption pattern can reflect their lifestyle. People have different lifestyles, such as upper middle class lifestyle and lower middle class lifestyle. People in this modern era tend to like practical, instant things, especially when it comes to cooking. Ready-made instant seasoning is one of the choices of the community in cooking, because its use is practical and does not take much time. In addition, the price of instant seasoning is also very economical. This study aims to identify the characteristics of Sajiku instant seasoning consumers, find out consumer perceptions of Sajiku seasoning and analyze the influence of factors that influence consumers in buying Sajiku instant seasoning. The method used in this study is non-probability sampling with purposive sampling techniques conducted at Surya Mart, Ponorogo Regency. The population in this study amounted to 50 people who bought Sajiku instant seasoning at Surya Mart, Ponorogo Regency. The results showed that the characteristics of Sajiku instant seasoning consumers at Surya Mart Ponorogo Regency were obtained mostly female, aged 21-25 years, had the last high school education / equivalent, as a student, have an income of Rp. 1,000,000 – Rp. 3,000,000 per month, buy instant Sajiku seasoning once a month, spend Rp. 10,000 – Rp. 20,000 for seasoning purchases, buy 4-6 packs per one transaction, and buy instant seasonings in a planned manner. Perceptual assessment of the quality of Sajiku instant seasoning products and service quality at Surya Mart Ponorogo Regency, consumers give a fairly good perception. Personal factors, social environmental factors, psychological factors, and cultural factors have a significant influence on consumer decisions.

Keywords : *Purchase decision; Consumer characteristics; Consumer perception; Personal factors; Social Environmental Factors; psychological factors; Cultural Factors*

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah.....	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
2.2 Landasan Teori.....	25
2.2.1 Bumbu	25
2.2.2 Teori Konsumen	29
2.2.3 Persepsi Konsumen.....	35
2.2.4 Perilaku Konsumen	38
2.2.5 Keputusan Pembelian	41
2.3 Kerangka Berpikir.....	51
2.4 Hipotesis.....	51
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	53

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	53
3.2 Penentuan Sampel dan Responden Penelitian.....	53
3.3 Data Penelitian.....	54
3.3.1 Sumber Data	54
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	54
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	55
3.4.1 Definisi Operasional Variabel	55
3.4.2 Skala Pengukuran	56
3.5 Analisis Data.....	57
3.5.1 Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM) dengan <i>SmartPLS</i>	57
3.5.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	59
3.5.3 Langkah-langkah Menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	61
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	66
4.2 Karakteristik Responden.....	68
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	68
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden... ..	69
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden	70
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	70
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Responden... ..	71
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Responden Membeli Bumbu Instan Sajiku	72
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran	

Pangan (Bumbu) Responden Dalam Satu Bulan.....	73
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Bumbu Instan Sajiku Dalam Satu Kali Transaksi	74
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Cara Memutuskan Membeli Bumbu Instan Sajiku.....	75
4.3 Persepsi Konsumen.....	76
4.3.1 Persepsi Responden Terhadap Kualitas Produk.....	76
4.3.2 Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	77
4.4 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	78
4.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	78
4.4.2 Uji <i>Inner Model</i>	87
4.4.3 Pengujian Hipotesis	88
4.4.4 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	89
4.5 Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
4.6 Pengaruh Faktor Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
4.7 Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian..	92
4.8 Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian.....	93
4.9 Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Lingkungan Sosial, Faktor Psikologis dan Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian.....	93
V. KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Bumbu Instan di Surya Mart Kabupaten Ponorogo.....	19
2.1	Penelitian Terdahulu	22
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	55
3.2	Skala Likert	57
4.1	Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2	Konsumen Berdasarkan Usia	69
4.3	Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	70
4.4	Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	71
4.5	Konsumen Berdasarkan Pendapatan	71
4.6	Konsumen Berdasarkan Intensitas Membeli Bumbu Instan Sajiku.....	72
4.7	Konsumen Berdasarkan Jumlah Pengeluaran	73
4.8	Konsumen Berdasarkan Jumlah Pembelian Bumbu Instan Sajiku	74
4.9	Konsumen Berdasarkan Cara Memutuskan Membeli Bumbu Instan ... Sajiku.....	75
4.10	Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk	76
4.11	Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan	77
4.12	Uji Validitas (Convergent Validity).....	81
4.13	Cross Loadings pada variabel X	82
4.14	Cross Loadings pada variabel Y	85
4.15	Nilai AVE.....	86
4.16	<i>Composite reliability</i>	86
4.17	<i>Cronbach Alpha</i>	87
4.18	Hasil Pengujian Hipotesis	88

4.19 Nilai R square.....	89
--------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1	Bumbu Sajiku.....	18
2.1	Kerangka Berpikir.....	51
3.1	Langkah-langkah Analisis PLS.....	61
3.2	Diagram Jalur Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Bumbu Instan Sajiku.....	62
4.1	Logo Surya Mart.....	66
4.2	Outer Model PLS.....	78
4.3	Model Penelitian PLS.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	100
2.	Hasil Output Partial Least Square (PLS).....	105
3.	Data Hasil Kuesioner.....	109