

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MINYAK
GORENG KELAPA (*COCONUT COOKING OIL*)
DI PASAR MODERN KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh:

VALENTINA SRI BASA TAMBUNAN



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2 0 2 3**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MINYAK
GORENG KELAPA (*COCONUT COOKING OIL*)
DI PASAR MODERN KOTA SEMARANG

Oleh:

VALENTINA SRI BASA TAMBUNAN
NIM: 23040116120013

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS FAKULTAS
PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Valentina Sri Basa Tambunan
NIM : 23040114120034
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Karya ilmiah yang berjudul:
Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Minyak Goreng Kelapa (*Coconut Cooking Oil*) di Pasar Modern Kota Semarang dan penelitian yang terkait dengan karya ilmiah ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam karya ilmiah ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui karya ilmiah ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu :
Agus Setiadi, S.Pt., M.Si., Ph.D. dan Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S

Apabila di kemudian hari dalam karya ilmiah ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik oleh saya, maka gelar akademik yang telah saya dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

Semarang, Februari 2023



Penulis

Valentina Sri Basa Tambunan

Mengetahui

Pembimbing Utama

Agus Setiadi, S.Pt., M.Si., Ph.D.

Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN MINYAK
GORENG KELAPA (COCONUT
COOKING OIL) DI PASAR MODERN
KOTA SEMARANG

Nama Mahasiswa : VALENTINA SRI BASA TAMBUNAN

Nomor Induk Mahasiswa : 23040116120013

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal

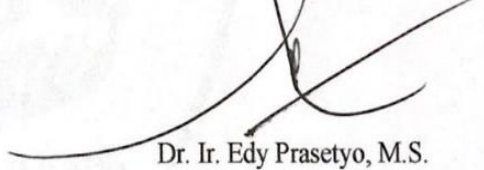
30 MAR 2023

Pembimbing Utama



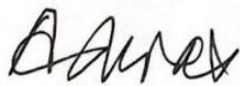
Agus Setiadi, S.Pt., M.Si., Ph.D.

Pembimbing Anggota



Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.

Ketua Program Studi



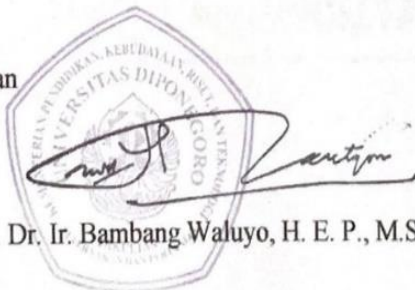
Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.

Dekan



Prof. Dr. Ir. Bambang Waluyo, H. E. P., M.S., M.Agr., IPU.

Ketua Departemen



Dr. Heni Rizqiaty, S. Pt., M.Si.

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MINYAK
GORENG KELAPA (*COCONUT COOKING OIL*)
DI PASAR MODERN KOTA SEMARANG**

**Oleh:
Valentina Sri Basa Tambunan**

ABSTRAK

Perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan meningkatkan konsumsi minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*) dan jumlah pertumbuhan perusahaan yang menawarkan produk sejenis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*) dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*) di Pasar Modern Kota Semarang. Lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* di empat pasar modern Kota Semarang, yaitu di Transmart Setiabudi, Gelael Sultan Agung, Farmers Market Tentrem Mall dan Hypermart Paragon Mall pada bulan Agustus - September 2022. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan alat bantu kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dimana jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh merupakan data primer dan data sekunder yang kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi logistik dengan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi, sosial, individu dan psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*) di Pasar Modern Kota Semarang. Variabel produk, harga, lokasi, sosial, individu dan psikologis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*) di Pasar Modern Kota Semarang.

Kata Kunci: keputusan pembelian, minyak goreng kelapa, pasar modern, Semarang

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING PURCHASING DECISION
CONSUMER OF COCONUT COOKING OIL AT
MODERN MARKET IN SEMARANG**

ABSTRACT

The change of urban communities lifestyle increase the coconut cooking oil consumption level and the growth number of companies that offered the similar product. This research were aims to determine the characteristics of consumers of coconut cooking oil and analyze the factors that influence the purchase decisions of coconut cooking oil in the Modern Market of Semarang City. The location of the research was determined purposively in four modern markets in Semarang City were conducted in Transmart Setiabudi, Gelael Sultan Agung, Farmers Market

Tentrem Mall and Hypermart Paragon Mall in August - September 2022. The research method was a survey method with questionnaire. The sampling technique was using the non probability sampling with accidental sampling method which the total sample were 100 respondents. The data that has been obtained are primary data and secondary data which were then analyzed descriptively analysis and logistic regression analysis using SPSS software. The results showed that the product, price, location, social, individual and psychological simultaneously had a significant effect on coconut cooking oil purchasing decisions in the Modern Market of Semarang City. Variable product, price, location, social, individual and psychological partially had a significant effect on coconut cooking oil purchasing decisions in Semarang Modern Market.

Keywords: *coconut cooking oil, modern market, purchasing decision, Semarang*

KATA PENGANTAR

Tingginya mobilitas masyarakat perkotaan mendorong akan perubahan gaya hidup sehat. Perubahan gaya hidup masyarakat meningkatkan konsumsi minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*). Pendistribusian minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*) yang mudah ditemui di pasar modern, seperti Transmart, Gelael, Hypermart dan Farmers Market memberikan kemudahan dalam membeli. Oleh sebab itu, pasar modern sebagai lokasi berlangsungnya pembelian harus memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik sehingga dapat tercapainya kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*) dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*) di Pasar Modern Kota Semarang.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan berkat dan pengasihannya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Minyak Goreng Kelapa (*Coconut Cooking Oil*) di Pasar Modern Kota Semarang” sebagai pemenuhan syarat menyelesaikan pendidikan program sarjana untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Agus Setiadi, S.Pt., M.Si., Ph.D. dan Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
2. Prof. Dr. Ir. Bambang Waluyo Hadi Eko Prasetyono, M.S., M.Agr., IPU. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan kegiatan penelitian.
3. Dr. Heni Rizqiati, S. Pt., M.Si. selaku Ketua Departemen Pertanian, Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si selalu Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis dan Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi Agribisnis serta sebagai Dosen Wali
4. Seluruh Dosen beserta Staf Administrasi Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu penulis dalam proses belajar mengajar serta dalam pengurusan administrasi.
5. Pihak Pasar Modern Transmart, Gelael, Hypermart dan Farmers Market yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
6. Responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian
7. Orang tua, kakak, adik-adik serta keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi
8. Teman-teman Program Studi S1 Agribisnis 2016 dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu selama penelitian dan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis juga berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak. Terimakasih.

Semarang, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR ILUSTRASI	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	5
1.3. Manfaat	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	9
BAB III. METODE PENELITIAN	19
3.1. Kerangka Pemikiran	19
3.2. Hipotesis	23
3.2. Waktu dan Lokasi	23
3.3. Metode Penelitian	23
3.4. Metode Pengambilan Sampel	24
3.5. Metode Pengumpulan Data	25
3.6. Metode dan Analisis Data	26
3.7. Batasan Istilah dan Konsep Pengukuran	31
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Karakteristik Responden	35
4.2. Perilaku Pembelian	41

4.3. Hubungan antara Frekuensi Tingkat Pendapatan dan Pembelian	47
4.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	49
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	81
RIWAYAT HIDUP	129

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	35
2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	37
3. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	38
4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	39
5. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan	40
6. Merek Produk	42
7. Ukuran Produk	43
8. Jumlah Produk	44
9. Frekuensi Pembelian	45
10. Pengeluaran Pembelian	46
11. Hubungan antara Tingkat Pendapatan dengan Frekuensi Pembelian	48
12. Uji Validitas	50
13. Uji Reliabilitas	51
14. Uji <i>Omnibus</i>	52
15. Uji <i>Nagelkerke R Square</i>	52
16. Uji <i>Hosmer and Lemeshow</i>	52
17. Estimasi Parameter Regresi Logistik pada Skala Terendah	66
18. Estimasi Parameter Regresi Logistik pada Skala Tertinggi	68
19. Ketetapan Klasifikasi Keputusan Pembelian	69

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor		Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	22

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner	81
2. Peta Kota Semarang	88
3. Identitas Responden	89
4. Data Pembelian	95
5. Tabulasi Data Pembelian	101
6. Hubungan antara Tingkat Pendapatan dengan Frekuensi Pembelian	107
7. Uji Validitas	108
8. Uji Reliabilitas	116
9. Analisis Regresi Logistik	118
10. Persamaan Regresi Logistik	128
11. Dokumentasi	131