

## ABSTRAK

**Nurul Ahyany Mutfah Mu' Tasing (08320190207). “Pengaruh Karakteristik dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Minyak Goreng Kemasan dan Minyak Goreng Curah di Kota Makassar (Studi Kasus Konsumen di Pasar Tradisional Kota Makassar)”. Dibawah Bimbingan Ibu Sitti Rahbiah dan Ibu Andi Maslia Tenrisau Adam.**

Minyak goreng bagi masyarakat Indonesia adalah salah satu kebutuhan pokok atau merupakan salah satu dari sembako (sembilan bahan pokok) dalam kehidupan sehari-hari minyak goreng dikonsumsi oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia baik yang berada di perkotaan maupun perdesaan. Minyak goreng berfungsi sebagai media penggorengan sangat penting dan kebutuhannya semakin meningkat. Minyak goreng dikategorikan sebagai komoditas yang bersifat multiguna karena dapat dikonsumsi langsung ataupun menjadi bahan baku bagi banyak industri.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kota Makassar, (2) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah, (3) Menganalisis loyalitas konsumen minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah, (4) Menganalisis pengaruh karakteristik dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Daya, Pasar Terong dan Pasar Pa’Baeng-baeng, Kota Makassar selama 3 bulan (Juli sampai September 2023). Responden konsumen sebanyak 100 orang yang terdiri dari konsumen minyak goreng kemasan 50 orang dan minyak goreng curah 50 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif, analisis regresi linear berganda, uji instrumen dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) Karakteristik umur responden yang memilih minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di pasar tradisional Kota Makassar didominasi yaitu 40 tahun. Pendidikan responden dominan berpendidikan SMA. Pekerjaan responden yang mayoritas pekerjaan yang berstatus sebagai ibu

rumah tangga (IRT). Karakteristik yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Skor jawaban responden karakteristik minyak goreng kemasan sebesar 670 dengan kategori sangat setuju dan minyak goreng curah sebesar 646 dengan kategori setuju yang berpengaruh orang lain untuk membeli produk yang lebih diminati konsumen memutuskan membeli minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kota Makassar. (2) Tingkat kepuasan konsumen pada minyak goreng kemasan sebesar 872 kategori sangat puas dan minyak goreng curah sebesar 797 kategori puas sehingga berpengaruh terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dari produk yang bermerek sehingga konsumen memilih minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di pasar tradisional Kota Makassar. (3) Loyalitas konsumen pada minyak goreng kemasan sebesar 691 dengan kategori sangat loyal dan minyak goreng curah sebesar 659 sehingga berpengaruh terhadap membeli produk secara berulang pada tempat yang sama, membeli karena faktor kebiasaan, tetap melakukan pembelian ulang, Mereferensikan terhadap orang lain sehingga konsumen memilih minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di pasar tradisional Kota Makassar. (4) Pengaruh karakteristik dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen minyak goreng kemasan memiliki skor total sebesar 0.362 dengan nilai signifikan sebesar  $0.037 < 0,05$  dan minyak goreng curah 0.397 dengan nilai signifikan sebesar  $0.018 < 0,05$  dengan hasil analisis regresi uji f dan uji t yang berpengaruh secara signifikan yang menyatakan bahwa berpengaruh karakteristik dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah pada pasar tradisional di Kota Makassar.

**Kata Kunci: Karakteristik, Kepuasan, Loyalitas, Minyak Goreng Kemasan, Minyak Goreng Curah.**