

## RINGKASAN

**Regina Cahyani (08320200135). Analisis Perbedaan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Kemasan dan Minyak Goreng Curah di Pasar Sentral Bulukumba, di bawa bimbingan ibu Nurliani dan ibu Andi Maslia Tenrisau Adam.**

Minyak goreng yang beredar di masyarakat terdiri dari dua jenis yaitu minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. Minyak goreng kemasan adalah minyak goreng yang memiliki merek yang biasanya dikemas dalam bentuk jerigen, botol plastik, dan kemasan plastik. Minyak goreng kemasan umumnya memiliki warna yang sangat bening dan tidak membeku pada suhu kamar, sedangkan minyak goreng curah merupakan minyak goreng yang tidak memiliki merek dan biasanya dijual dalam satuan (kilogram). Minyak goreng curah umumnya memiliki warna kuning bercampur putih dan terkadang membeku di suhu kamar.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mendeskripsikan perilaku konsumen sebelum memutuskan membeli minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Pasar Sentral Bulukumba. (2) Mendeskripsikan perilaku konsumen setelah memutuskan membeli minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. (3) Menganalisis perbedaan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. (4) Menganalisis tipe perilaku konsumen minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli atau menggunakan minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Pasar Sentral Bulukumba. Adapun metode pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow, dengan jumlah sampel sebanyak 96,04 orang dibulatkan menjadi 100 orang. Jadi, dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebanyak 200 orang, dimana 100 orang untuk sampel minyak goreng kemasan dan 100 orang untuk sampel minyak goreng curah. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik metode purposive (secara sengaja).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Perilaku konsumen sebelum memutuskan membeli minyak goreng kemasan yaitu konsumen membeli karena pertimbangan kebutuhan/masalah, kurang mencari informasi dan melakukan

evaluasi alternatif. Sedangkan pada minyak goreng curah, konsumen membeli karena faktor kebiasaan, tidak mencari informasi dan tidak melakukan evaluasi alternatif. (2) Perilaku konsumen setelah memutuskan membeli minyak goreng kemasan yaitu konsumen memutuskan untuk membeli ulang karena kualitasnya yang bagus dan konsumen tidak mempertimbangkan harga. Sedangkan pada minyak goreng curah, konsumen memutuskan membeli minyak goreng curah berulang kali karena konsumen lebih mementingkan harga, tanpa mempertimbangkan kualitasnya. (3) Terdapat perbedaan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Pasar Sentral Bulukumba. Hasil uji Mann Whitney-U memperoleh nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  sehingga terdapat perbedaan perilaku konsumen pada tahap sebelum dan setelah pembelian minyak goreng. (4) Tipe perilaku konsumen minyak goreng kemasan di Pasar Sentral Bulukumba tergolong dalam tipe perilaku membeli yang kompleks (*Complex Buying Behavior*) atau tipe perilaku membeli yang kompleks. Sedangkan tipe perilaku minyak goreng curah tergolong dalam tipe perilaku membeli berdasarkan kebiasaan (*Habitual Buying Behavior*).

**Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Tipe Perilaku Konsumen, Minyak goreng.**