

RINGKASAN

Dila Inriastuti Purnamasari (08320190210), Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tempe Berkemasan Daun dan Plastik di Kabupaten Gowa (Studi Kasus di Pasar Minasa Maupa, Sungguminasa). Dibawah bimbingan Ibu Sitti Rahbiah dan Ibu Andi Maslia Tenrisau Adam.

Indonesia merupakan negara pengonsumsi kedelai dalam bentuk tempe, Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk, konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Konsumen sangat memperhatikan kualitas, harga, dan pelayanan terutama dalam bisnis penyediaan pangan. Pengambilan keputusan pembelian dilakukan ketika banyaknya produk yang ditawarkan, dengan melakukan pemilihan terhadap satu produk Tujuan penelitian yaitu: (1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen yang membeli tempe berkemasan daun dan plastik; (2) Mendeskripsikan jumlah penjualan tempe berkemasan daun dan tempe berkemasan plastik; (3) Menganalisis tingkat perbedaan keputusan pembelian tempe berkemasan daun dan plastik; (4) Menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tempe berkemasan daun dan plastik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di pasar Minasa Maupa, Kabupaten Gowa. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang (50 konsumen tempe berkemasan plastik dan 50 konsumen tempe berkemasan daun) dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan sebanyak 5 pedagang tempe berkemasan daun dan tempe berkemasan plastik yang dipilih secara *Purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif, analisis deskriptif kuantitatif, dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) Karakteristik konsumen tempe berkemasan daun yaitu rata-rata 21 tahun, jenis kelamin terbanyak perempuan sebanyak 37 orang, tingkat pendidikan SMA dan pekerjaan IRT. Sedangkan pada konsumen tempe berkemasan plastik yaitu rata-rata usia 31 tahun, jenis kelamin terbanyak perempuan sebanyak 43 orang, tingkat pendidikan SMA dan pekerjaan mahasiswa (2) Penjualan tempe berkemasan daun dengan volume penjualan dalam

sebulan maksimum sebesar 400 bungkus dan minimum sebesar 300 bungkus dengan rata-rata 400 bungkus . Sedangkan pada penjualan tempe berkemasan plastik dengan jumlah maksimum yaitu 600 bungkus dan minimum yaitu 400 bungkus dengan rata-rata sebesar 450 bungkus; (3) Tingkat Perbedaan keputusan konsumen dalam pembelian tempe berkemasan daun dan plastik yaitu pada faktor kualitas produk, konsumen cenderung membeli tempe berkemasan daun karena memiliki estetika dengan nilai sebesar 915 sedangkan pada konsumen tempe berkemasan plastik cenderung membeli karena produk dalam keadaan segar dengan nilai 902. faktor kualitas produk berada pada kategori tinggi. Pada faktor lokasi konsumen tempe berkemasan daun dengan nilai sebesar 446 dan konsumen tempe berkemasan plastik dengan nilai 444 sama-sama memilih membeli karena lokasi bersih. Faktor lokasi berada pada kategori sangat tinggi. Pada faktor harga konsumen tempe berkemasan daun cenderung membeli karena harga bervariasi dan beragam dengan nilai 657 sedangkan pada konsumen tempe berkemasan plastik karena harga terjangkau dengan nilai 690. Masing-masing berada pada kategori sangat tinggi. Faktor pelayanan pada konsumen tempe berkemasan daun dengan nilai sebesar 441 dan tempe berkemasan plastik dengan nilai 452 dan masing-masing berbelanja karena pedagang baik terhadap keluhan konsumen berada pada kategori sangat tinggi; (4) Faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian tempe berkemasan daun yaitu faktor kualitas produk, lokasi, harga dan pelayanan. Dimana nilai signifikansi sebesar $0.002 < 0,05$. Maka variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tempe berkemasan daun. Faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian tempe berkemasan plastik yaitu faktor kualitas produk, lokasi, harga dan pelayanan. Dimana nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$. Maka variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tempe berkemasan plastik

Kata Kunci: Tempe, Keputusan, Konsumen, Kemasan