

ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEBUDAYAAN, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP PEMBELIAN MINYAK GORENG CURAH DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Pembelian Minyak Goreng Curah Di Kota Padang. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Mei-Juni 2016. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Konsumen yang dijadikan responden ditentukan secara *isidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik responden dan jawaban dari pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis terhadap jumlah pembelian minyak goreng curah di Kota Padang. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menggambarkan model hubungan antar variabel bebas yaitu faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis dengan variabel terikat yaitu jumlah pembelian minyak goreng curah. Berdasarkan hasil analisis nilai R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,418. Nilai dari uji variabel secara bersama-sama didapatkan sebesar 8,081 dengan sig. 0,000. Berarti adanya pengaruh dari Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis secara bersama-sama terhadap Jumlah Pembelian Minyak Goreng Curah. Sedangkan hasil dari uji variabel secara individu didapatkan bahwa variabel faktor sosial dengan nilai sebesar 3,708 berpengaruh signifikan terhadap jumlah pembelian minyak goreng curah. Adapun saran yang dapat diberikan adalah 1) kepada pemerintah untuk dapat melakukan sosialisasi di tingkat keluarga mengenai larangan penggunaan minyak goreng curah sehubungan dengan kualitas minyak goreng curah tidak sebaik minyak goreng kemasan yang bermerek. 2) untuk peneliti yang tertarik melakukan penelitian mengenai minyak goreng curah, disarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan faktor lain yang mempengaruhi pembelian minyak goreng curah, seperti dari segi pemasaran; produk, harga, lokasi, dan promosi.

Kata Kunci : *Faktor kebudayaan, Faktor sosial, Faktor pribadi, Faktor psikologis, Perilaku Konsumen*

EFFECT ANALYSIS OF CULTURAL FACTOR, SOCIAL, PERSONAL AND PSYCHOLOGICAL ON THE PURCHASING UNBRANDED COOKING OIL IN PADANG CITY

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of cultural factor, social, personal and psychological on the purchasing unbranded cooking oil in Padang City. This research had been done from Mei to June 2016. Method that being used in this research is survey method. The respondent was chosen by accidental sampling with 50 persons as respondents. Descriptive analysis used to identify respondent characteristic and the answer from effect of cultural factor, social, personal, and psychological on quantity of purchasing unbranded cooking oil in Padang City. Dual linear regression analysis used to describe relation model between free variable that is cultural factor, social, personal, and psychological with bounded variable that is purchasing unbranded cooking oil in Padang City. According to the result the R Square value or coefficient of determination is 41,8%. Value from testing F is 8,081 with 0,000 as sig. That's mean cultural factor, social factor, personal factor and psychological factor have effect on the purchasing unbranded cooking oil in Padang City. While the result of t test is found that social; factor variable with value of 3.708 is significant influenced to the purchasing unbranded cooking oil. The implications are 1) to the government should do the socialization in the family level about prohibition of using unbranded cooking oil because its quality is not good as branded cooking oil 2) for the researcher that interest to do further research about unbranded cooking oil, it is suggested to do the research using another factor that influence the purchasing unbranded cooking oil, like from marketing aspect: product, price, location, and promotion.

Keywords: *Cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors, Consumer Behaviour*