

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN RUMAH TANGGA DALAM
PEMBELIAN PRODUK PANGAN SECARA *ONLINE*
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

UNIVERSITAS ANDALAS

Oleh

DARA NUR SEPTIA

1910221073

Dosen Pembimbing:

Pembimbing I : Prof. Ir. Rahmat Syahni Z, MS. M.Sc. Ph.D.

Pembimbing II : Hasnah, S.P., DipAgEc., M.Ec.,Ph.D.



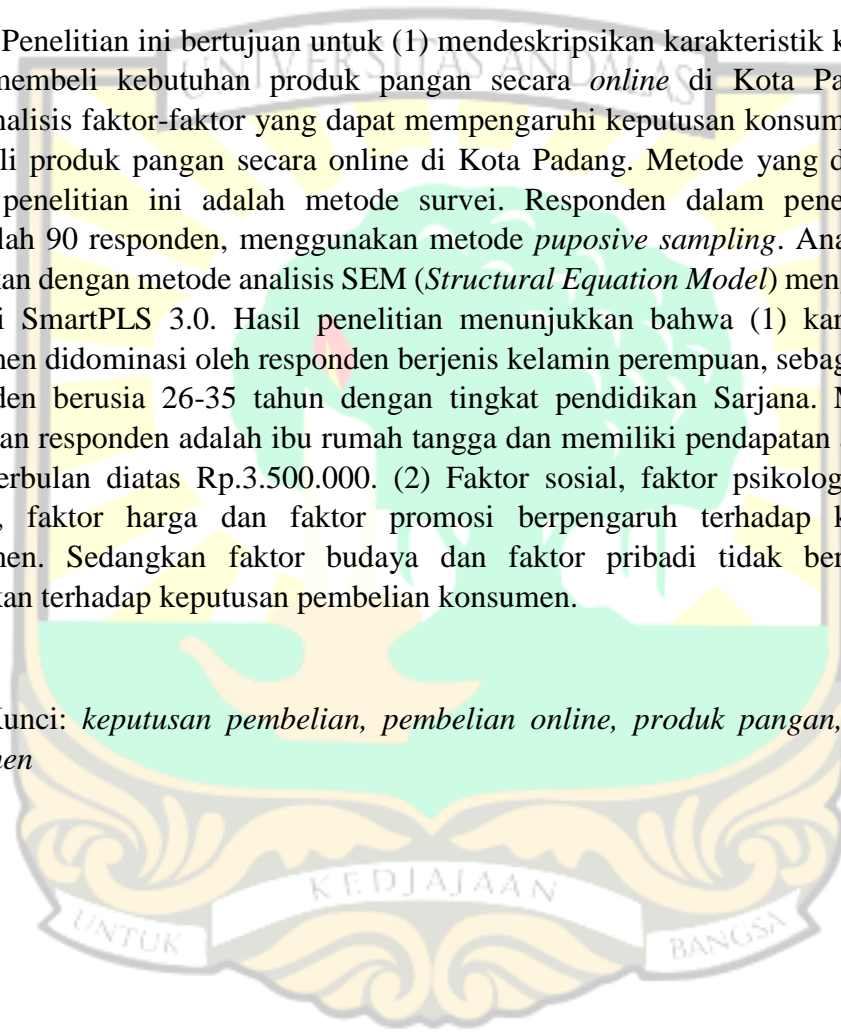
**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN RUMAH TANGGA DALAM PEMBELIAN PRODUK PANGAN SECARA *ONLINE* DI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan karakteristik konsumen yang membeli kebutuhan produk pangan secara *online* di Kota Padang (2) menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk pangan secara online di Kota Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Responden dalam penelitian ini berjumlah 90 responden, menggunakan metode *puposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan metode analisis SEM (*Structural Equation Model*) menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) karakteristik konsumen didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan, sebagian besar responden berusia 26-35 tahun dengan tingkat pendidikan Sarjana. Mayoritas pekerjaan responden adalah ibu rumah tangga dan memiliki pendapatan atau uang saku perbulan diatas Rp.3.500.000. (2) Faktor sosial, faktor psikologis, faktor produk, faktor harga dan faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Sedangkan faktor budaya dan faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *keputusan pembelian, pembelian online, produk pangan, perilaku konsumen*



ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING HOUSEHOLD CONSUMERS' DECISIONS TO BUY FOOD PRODUCTS ONLINE IN PADANG CITY

Abstract

This research aims to (1) describe the characteristics of consumers who buy food products online in Padang City (2) analyze the factors that can influence consumer decisions in buying food products online in Padang City. The method used in this research is a survey method. The respondents in this study were 90 respondents. The data were analyzed by SEM (Structural Equation Model) using the SmartPLS 3.0 application. The research results show that (1) consumer characteristics are dominated by female respondents. Most respondents aged 26 to 35 years with a Bachelor's education level. The majority of respondents' occupations are housewives and have a monthly income or pocket money of more than Rp.3.500.000; (2) social, psychological, product, price, and promotional factors have a significant influence on consumer decisions. Meanwhile, cultural and personal factors do not have a significant effect on consumer purchasing decisions.

Keywords: purchasing decisions, online purchasing, food products, consumer behavior

