

JIHAN SHAFIRA WARDHANI. NPM 190331100092. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Garam Merek Cap Kapal di Kabupaten Bangkalan (Studi Kasus di Pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan). Dibawah bimbingan **Iffan Maflahah, S.TP., M.Si.** dan **Dian Farida Asfan, S.T., M.T.**

ABSTRAK

Garam konsumsi merupakan garam yang digunakan untuk konsumsi masyarakat dalam industri makanan, industri minyak goreng, industri pengasinan, dan pengawetan ikan. Berdasarkan SNI 01-3556-2000, kadar minimal NaCl garam konsumsi sebesar 94,7% dan harus memenuhi standar kualitas garam konsumsi. Garam konsumsi telah banyak beredar di pasaran dengan berbagai jenis merek salah satunya garam Cap Kapal. Seperti halnya dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan yang mendasari yakni untuk menganalisis bagaimana perilaku konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian garam Cap Kapal, selain itu terdapat atribut untuk mengetahui apa saja pengaruh keputusan pembelian garam Cap Kapal di Pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan, seperti kualitas produk, harga, merek, bentuk, berat bersih, dan kemasan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda untuk mengetahui pengambilan keputusan pembelian garam Cap Kapal dengan menggunakan beberapa variabel dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen dilakukan beberapa uji seperti uji instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolineritas, dan uji heterokedestitas), analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk garam Cap Kapal ditentukan oleh enam faktor yakni, harga, kualitas produk, merek, bentuk, berat bersih, dan kemasan. Hal ini juga ditunjukkan karena adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel dependen dan variabel independen.

Kata Kunci: Garam Konsumsi, Regresi Linear Berganda, Keputusan Pembelian

JIHAN SHAFIRA WARDHANI. NPM 190331100092. *Analysis of Consumer Behavior on Purchasing Decisions of Cap Kapal Salt in Kabupaten Bangkalan (A Case Study at Ki Lemah Duwur Traditional Market).* Under the guidance of **Iffan Maflahah, S.TP., M.Si.** and **Dian Farida Asfan, S.T., M.T.**

ABSTRACT

Consumption salt is used for public consumption in the food industry, cooking oil industry, salting industry, and fish preservation. Based on SNI 01-3556-2000, the minimum NaCl content for consumption salt is 94.7% and must accordance with quality standards for consumption salt. Consumption salt has been widely circulated in the market with various types of brands, one of which is Cap Kapal salt. In this study, there are several underlying objectives, namely to analyze how consumer behavior makes decisions in buying Cap Kapal salt, besides that there are attributes to find out what influences the decision to purchase Cap Kapal salt at Ki Lemah Duwur Traditional Market, such as product quality, price, brand, shape, net weight, and packaging. The method used in this study uses the multiple linear regression method to find out the decision making of purchasing Cap Kapal salt using several variables and to find out how much influence the independent variable has on the dependent variable, several tests are carried out such as data instrument tests (validity test and reliability test), test classic assumptions (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results obtained can be concluded that the results of multiple linear regression analysis show that consumer behavior in purchasing decisions for Cap Kapal salt products is determined by six factors namely, price, product quality, brand, shape, net weight, and packaging. This is also shown because of the positive and significant influence between the dependent variable and the independent variable.

Keywords: Consumption Salt, Multiple Linear Regression, Purchase Decision