

RINGKASAN

Fadhila Arfinata (08320210026), Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Berbelanja Bahan Pangan Secara Offline dan Online di Kota Makassar (Studi Kasus Hypermart Panakkukang Boulevard). Dibimbing oleh Ibu Sitti Rahbiah dan Ibu Farizah Dhaifina Amran.

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, termasuk dalam sektor kebutuhan pokok seperti bahan pangan. Konsumen kini memiliki pilihan untuk berbelanja secara offline maupun online. Perubahan ini mendorong perlunya pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan pembelian, khususnya di pusat perbelanjaan modern seperti Hypermart.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan karakteristik responden informan dan kosumen pembelian bahan pangan secara offline dan online pada hypermart di Kota Makassar, (2) Mendeskripsikan volume pembelian beras, minyak goreng dan gula pasir pada hypermart di Kota Makassar selama satu bulan, (3) Mendeskripsikan volume penjualan dan harga bahan pangan pada hypermart yang dibeli secara offline dan online di Kota Makassar, (4) Mendeskripsikan kategori faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan keputusan konsumen secara offline dan online, (5) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja bahan pangan pada hypermart secara offline dan online. Penelitian ini dilaksanakan pada Hypermart Panakkukang Boulevard di Kota Makassar pada Bulan Maret - Mei Tahun 2025. Responden pada penelitian ini ditetapkan berdasarkan rumus *Lemeshow* yaitu berdasarkan hasil observasi konsumen offline lebih banyak dibandingkan responden online maka responden offline sebanyak 100 orang dan responden online sebanyak 50 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Karakteristik Konsumen, sebagian besar responden adalah perempuan (62%), responden offline berusia rata-rata 37 tahun dan responden online berusia rata-rata 34 tahun serta memiliki pendapatan

rata-rata pada responden offline yaitu Rp. 3.596.000 dan pendapatan rata-rata pada responden online yaitu Rp. 3.780.000. (2) Jenis bahan pangan yang diteliti meliputi beras 5 kg, minyak goreng 1 liter, dan gula pasir 1 kg. Volume penjualan tertinggi selama satu bulan (Maret 2025) adalah minyak goreng (18.260 unit), beras (9.245 unit) dan gula pasir (7.250 unit). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga komoditas bahan pangan ini merupakan kebutuhan utama. (3) Volume penjualan dan harga bahan pangan, harga rata-rata bahan pangan yang dibeli cukup baik secara offline maupun online. Namun, pembelian offline lebih tinggi dibandingkan pembelian online, yang menunjukkan bahwa kepercayaan dan kenyamanan dalam berbelanja langsung masih menjadi preferensi sebagian besar konsumen. (4) kategori faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berada pada kategori baik hingga sangat baik, yang menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut memberikan pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja bahan pangan secara offline dan online di Hypermart Panakkukang Boulevard. Faktor-faktor ini berpengaruh terhadap kenyamanan, kepercayaan, dan keputusan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, (5) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3) dan faktor psikologis (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) baik secara parsial, masing-masing faktor memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua faktor memiliki pengaruh signifikan secara individu terhadap keputusan pembelian maupun secara simultan, keempat faktor tersebut berpengaruh signifikan dengan hasil uji F sebesar 27,224 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). dalam berbelanja bahan pangan di Hypermart Panakkukang Boulevard, baik secara offline maupun online.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Pembelian Offline, Pembelian Online, Faktor Konsumen, Regresi Linear.

