

ABSTRAK

Muftia I'zzatul Amalia. 190103040416. *Kontribusi Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di UMKM Kedailumer Banjarmasin.* Pembimbing (1) Dr. Muhammad Zainal Abidin, M.Ag., dan Pembimbing (2) Musfichin, M.A. Pada Program Studi Fakultas Ushuluddin Dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin. 2024

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Kedailumer

Pertumbuhan kondisi pemasaran yang sangat pesat membuat produsen harus membuktikan kualitas produknya kepada konsumen agar konsumen memilih produknya, hal ini merupakan salah satu strategi dalam pemasaran dalam bidang industri makanan dan minuman. Kedailumer merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak pada bidang kuliner yang menjual makanan berbahan pokok ketan dan dipasarkan kepada masyarakat dengan berbagai varian *topping* antara lain : coklat, keju, oreo, tiramisu, *matcha/greentea*, buah mangga, durian, dan lengkung. Usaha ini sudah ada sejak tahun 2020. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kontribusi pada perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian di Kedailumer Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penggunaan regresi linier sederhana digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel satu terhadap variabel lainnya. Data dikumpulkan melalui kuesioner penelitian yang melibatkan 68 responden. Aspek pada variabel perilaku konsumen ada 4 yakni : 1) Budaya, 2) Sosial, 3) Pribadi, dan 4) Psikologis. Kemudian aspek pada keputusan pembelian ada 5 yakni : 1) Pengenalan Masalah, 2) Pencarian Informasi, 3) Evaluasi Alternatif, 4) Keputusan Pembelian, dan 5) Perilaku Pasca Pembelian.

Hasil penelitian yang diperoleh yakni : 1) Tingkat Perilaku Konsumen di UMKM Kedailumer Banjarmasin dengan kategori tinggi sebanyak 40 orang atau 58,8%, kategori sedang sebanyak 28 orang atau 41,2%, 2) Tingkat Keputusan Pembelian di UMKM Kedailumer Banjarmasin dengan kategori tinggi sebanyak 46 orang atau 67,6%, kategori sedang sebanyak 22 orang atau 31,2%, 3) Terdapat kontribusi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di UMKM Kedailumer Banjarmasin dengan hasil uji regresi linear sederhana yang memiliki nilai sig. $0,011 < 0,05$ atau lebih kecil dari 0,05 sehingga Hipotesis Alternatif (H_a) diterima.