

ABSTRAK

Eka Riyanti. 2016. *Analisis Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Bakso Adit Gambut.* Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (1) Dr. H. Jalaluddin, M. HUM, (II) Yulia Hafizah, SHI. MEI.

Kata Kunci: Faktor Sosial, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena yang terjadi di daerah Gambut, yang mana terdapat banyak warung bakso tetapi yang paling sering dikunjungi adalah Bakso Adit. Dari berbagai kalangan dan mengingat bakso bukanlah merupakan makanan pokok bagi manusia tetapi para konsumen justru terkadang menjadikan bakso sebagai kebutuhan yang harus selalu mereka konsumsi. Hal tersebut banyak dipengaruhi faktor sosial yang memiliki peranan penting dalam keputusan konsumen membeli suatu produk. Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui yang berpengaruh paling signifikan terhadap faktor sosial terhadap keputusan konsumen dalam membeli Bakso Adit, dan untuk mengetahui variabel yang paling dominan dari faktor sosial untuk makan di Bakso Adit.

Jenis penelitian ini adalah *field research*, adapun sifat penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian survei, yang mana populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen di Bakso Adit Gambut. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik berskala likert yang dibagikan kepada sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling* yang menghasilkan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan tahapan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Dibuktikan dengan uji T, dan uji F dengan bantuan aplikasi SPSS for Windows 19.0.

Adapun hasil yang ditemukan menunjukkan bahwa, faktor sosial mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli Bakso Adit, hal ini diperoleh berdasarkan data yang mana tingkat signifikansi 0,05 lebih kecil dari faktor sosial sebesar 0,000. Analisis secara parsial kelompok referensi, peran dan status memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli Bakso Adit. Peran dan status memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini diperoleh berdasarkan nilai koefisien regresi yang paling besar yaitu 0,468. Sedangkan untuk keluarga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli Bakso Adit.