

## ABSTRAK

Arif Muhammad Husein, 2023. *“Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng Bimoli di Pasar tradisional Bua Kabupaten Luwu”*. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Burhan Rifuddin, SE., M.M.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk minyak goreng bimoli di pasar tradisional bua kabupaten luwu. Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk minyak goreng merek bimoli. Jenis penelitian kuantitatif. penelitian dilakukan di pasar tradisional bua kabupaten luwu pada bulan agustus 2023. Subjek penelitian ibu rumah tangga biasa/pegawai. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner dan dokumentasi. Hasil penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner dimana kuesioner yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 95. Penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana yaitu perilaku konsumen sebagai variabel bebas (independen) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (dependen). Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi linear, dan uji persial (uji t). berdasarkan analisis pernyataan kuesioner yang berjumlah 20 item pernyataan, perilaku konsumen yang paling kuat adalah pernyataan ke sepuluh dengan nilai sebesar 585 dan variabel keputusan pembelian yang paling kuat terdapat di pernyataan ke tujuh dengan nilai 751. Berdasarkan uji persial (uji t) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3.607 > t_{tabel}$  1.98525 serta memiliki tingkat signifikan sebesar 22.543 yang artinya variabel perilaku konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk minyak goreng bimoli sehingga hipotesis dapat dikatakan diterima. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada pasar tradisional bua. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa hipotesis yang diajukan yang menyatakan diduga ada pengaruh positif perilaku konsumen dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pasar tradisional bua.

Kata kunci: perilaku konsumen, keputusan pembelian, pasar tradisional