

# **FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KEJU NATURAL DI PLAZA AGROMART KABUPATEN SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Oleh : Nikita Zhafira Nibrassani

Dibimbing Oleh : Ni Made Suyastiri Y.P dan Indah Widowati

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan di Plaza Agromart Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Menganalisis pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap perilaku konsumen dalam pembelian Keju Natural di Plaza Agromart Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 2) Mengetahui minat konsumen dalam melakukan pembelian produk Keju Natural di Plaza Agromart Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode penelitian menggunakan metode pelaksanaan penelitian survey. Metode penentuan lokasi penelitian ini menggunakan metode *purposive*. Metode pengambilan responden menggunakan teknik *accidental sampling* sebanyak 50 responden. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, angket, studi pustaka, dokumentasi, dan observasi. Macam data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Regresi Linier Berganda dan Analisis Deskriptif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa 1) Faktor kebudayaan dan faktor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian Keju Natural 2) Minat konsumen dalam melakukan pembelian keju lebih cenderung membeli Keju Olahan dibandingkan dengan Keju Natural di Plaza Agromart Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

**Kata Kunci** : Perilaku Konsumen, Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologis, Minat Konsumen.

***FACTORS AFFECTING CONSUMER BEHAVIOR IN THE PURCHASE OF  
NATURAL CHEESE AT PLAZA AGROMART, SLEMAN REGENCY,  
YOGYAKARTA SPECIAL REGION***

*By : Nikita Zhafira Nibrassani*

*Supervised by : Ni Made Suyastiri Y.P and Indah Widowati*

***ABSTRACT***

*This research was conducted at Plaza Agromart, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta. This study aims to 1) Analyze the influence of cultural, social, personal, and psychological factors on consumer behavior in purchasing Natural Cheese at Plaza Agromart, Sleman Regency, Yogyakarta Special Region, 2) To know about consumer interest in purchasing Natural Cheese products at Plaza Agromart, Sleman Regency. , Special Region of Yogyakarta. The research method uses a survey research implementation method. The method of determining the location of this study uses the purposive method. The method of taking respondents using accidental sampling technique as many as 50 respondents. Methods of data collection using interviews, questionnaires, literature study, documentation, and observation. Types of data in this study is to use primary data. The analytical method used is Multiple Linear Regression Analysis and Descriptive Analysis. Result of this research showed that 1) Cultural and personal factors influenced consumer behavior in purchasing Natural Cheese significantly 2) Consumer prefer to buy processed cheese compared to natural cheese in purchasing cheese at Plaza Agromart, Sleman Regency, Yogyakarta Special Region.*

*Key Word : Consumen Behavior, Culture, Sosial, Personal, Psychological,  
Consumer Interest.*