



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM  
MENGAMBIL KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
GARAM LOSOSA DI PT. GARAM (PERSERO)**

**SKRIPSI**

Di ajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1  
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Widya Kartika

Oleh  
**Titik Agustina**  
**11119061**

**PEMBIMBING**  
**Muis Murtadho SE., MM.**  
**NIP. 0719017601**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA  
2023**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena Rahmat dan berkat penyertaan-Nya saya bisa menyelesaikan skripsi saya dengan judul "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Produk Garam Lososa di PT. Garam (Persero)". Skripsi ini disusun sebagai bagian dari persyaratan kelulusan dalam derajat sarjana manajemen (S.M) program strata (S-1) program studi manajemen Fakultas ekonomi universitas Widya Kartika Surabaya.

Dalam melakukan penelitian dan penyusunan laporan penelitian skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala dan keterbatasan. Namun kendala tersebut dapat diatasi berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah menyertai dan memberikan hikmat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. F. Priyo Suprobo ST., M.T. sebagai Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Widya Kartika Surabaya.
3. Yulius Hari, S.Kom., MKom., MBA., Wakil Rektor 1 Bidang Akademik Universitas Widya Kartika yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Widya Kartika Surabaya.
4. Muis Murtadho, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta mendukung dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
5. Prof. Dr. Herman Budi Sasono, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta mendukung dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
6. Para dosen dan non akademik yang sudah membimbing dan mengarahkan saya selama pengerjaan tugas akhir saya hingga selesai.
7. Ayah, Ibu, dan kakak saya, karena sudah dengan sabar memberi dukungan baik secara moral sehingga peneliti ini bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

8. Tim Gleamore.id yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini agar berjalan dengan lancar.
9. Keluarga besar Universitas Widya Kartika, Khususnya teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen atas dukungan dan kerjasamanya.
10. Sahabat dan teman di luar kampus saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang sudah memotivasi dan memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Akhir kata peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidaklah sempurna karena keterbatasan pemahaman dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti bersedia menerima segala kritik dan saran yang membangun dan bermanfaat dari semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 24 Juli 2023

Titik Agustina

The logo of Universitas Widya Kartika (UWIKKA) is a large, light blue watermark in the background. It features a stylized globe with a vertical and horizontal line intersecting at the center, and several yellow and blue geometric shapes (squares and triangles) scattered around it.

UWIKKA

## ABSTRAK

Titik Agustina

Skripsi

Analisis Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Produk Garam Lososa di PT. Garam (Persero)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana Analisis Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Produk Garam Lososa di PT. Garam (Persero). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian garam Lososa di PT. Garam selama masa penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Dengan jumlah narasumber yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu 10 orang narasumber. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *judgement sampling* (*purposive sampling*). Hasil yang di dapat dalam penelitian ini terdapat beberapa perilaku konsumen dalam membeli garam lososa di PT. Garam yaitu : lokasi, fasilitas, kualitas pelayanan, cita rasa, kemasan

Perilaku konsumen dalam membeli garam lososa di PT. Garam didasarkan pada kualitas garam. Di mana konsumen ingin mendapatkan kualitas yang terbaik dalam hal produksi garam. Garam yang dihasilkan oleh PT. Garam memiliki rasa yang seimbang di lidah konsumen yaitu tidak terlalu tawar atau terlalu asin, tidak terlalu kuat dan tidak terlalu lemah. Tetapi memberikan rasa yang pas pada setiap masakannya. Dalam hal kemasan produk, PT. Garam juga menyajikan kemasan yang berkualitas karena dirancang dengan sangat baik. Botolnya memiliki desain yang elegan dan kokoh. Tutupnya rapat dan tidak mudah bocor, sehingga garam tetap segar dan terjaga kualitasnya. Konsumen juga merasa puas dengan layanan PT. Garam dan merasa nyaman terhadap lokasinya karena sangat strategis.

Kata Kunci: perilaku konsumen, garam, kualitas

## **ABSTRACT**

Titik Agustina

*Thesis*

*Analysis of Consumer Behavior in Making Purchasing Decisions for Lososa Salt Products at PT. Salt (Persero)*

*This study aims to find out how Analysis of Consumer Behavior in Making Purchasing Decisions for Lososa Salt Products at PT. Salt (Persero). The type of research used in this research is qualitative research. The population in this study were all consumers who had purchased Lososa salt at PT. Salt during the research period. The research method used in this research is in-depth interviews. With the number of sources used in this study, namely 10 sources. While the sampling technique in this study used judgment sampling (purposive sampling). The results obtained in this study are several consumer behaviors in buying lossa salt at PT. Salt, namely: location, facilities, quality of service, taste, packaging*

*Consumer behavior in buying lossa salt at PT. Salt is based on the quality of the salt. Where consumers want to get the best quality in terms of salt production. The salt produced by PT. Salt has a balanced taste on the consumer's tongue, which is not too bland or too salty, not too strong and not too weak. But it gives the right taste to each dish. In terms of product packaging, PT. Garam also presents quality packaging because it is very well designed. The bottle has an elegant and sturdy design. The lid is tight and does not leak easily, so the salt stays fresh and maintains its quality. Consumers are also satisfied with PT. Salt and feel comfortable with its location because it is very strategic.*

*Keywords: consumer behavior, salt, quality*

UWIKKA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN ORISINALITAS & PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	i
HALAMAN BERITA ACARA PENGESAHAN SIDANG AKHIR SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG AKHIR SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Gambaran Umum Garam.....	4
1.1.2 Sumber-sumber Garam.....	5
1.1.3 Produksi Garam.....	6
1.1.4 Kegunaan dan Jenis Garam.....	10
1.1.5 Perbedaan Garam Lokal dan Garam Impor.....	11
1.1.6 Garam Untuk Kesehatan.....	12
1.1.7 Faktor Alam Mendukung Produksi Garam.....	14
1.1.8 Proses Distribusi Garam.....	14
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
1.5 Lingkup Penelitian.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
2.1.1 Persamaan Penelitian.....	27
2.1.2 Perbedaan Penelitian.....	27
2.2 Landasan Teori.....	27
2.2.1 Pengertian Garam Dalam Ilmu Kimia.....	27
2.2.2 Proses Pembuatan Garam.....	33
2.2.3 Dimulainya Industri Garam.....	33

2.2.4 Modernisasi Industri Garam .....	35
2.3 Produk.....	37
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	37
2.3.2 Klasifikasi Produk.....	38
2.3.3 Tingkatan Produk.....	41
2.3.4 Dimensi Produk .....	42
2.3.5 Desain Produk.....	44
2.3.6 Strategi Desain Produk .....	45
2.3.7 Dimensi Desain Produk .....	46
2.4 Pemasaran .....	48
2.4.1 Konsep Pemasaran .....	48
2.4.2 Manajemen Pemasaran .....	49
2.4.3 Bauran Pemasaran.....	50
2.5 Perilaku Konsumen.....	51
2.5.1 Model Perilaku Konsumen .....	52
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	54
2.6 Keputusan Pembelian .....	57
2.6.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	57
2.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	58
2.6.3 Proses Keputusan Pembelian .....	60
2.6.4 Tipe Perilaku Keputusan Pembelian .....	61
2.6.5 Minat Beli .....	63
2.7 Kepuasan Pelanggan .....	63
2.7.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	63
2.7.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	64
2.7.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	65
2.8 Loyalitas Pelanggan .....	67
2.8.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	67
2.8.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	67
2.8.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	68
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>70</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	70
3.2 Sumber Data Penelitian .....	71
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.4 Teknik Analisis Data .....	77

3.5 Populasi dan Sampel .....	79
3.5.1 Populasi.....	79
3.5.2 Sampel .....	80
3.6 Teknik Pengambilan Sampel .....	80
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>82</b>
4.1 Latar Belakang Narasumber .....	82
4.2 Hasil Penelitian .....	90
4.2.1 Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Garam Lososa .....	90
4.2.2 Pendapat Narasumber Tentang Harga Garam Lososa di PT. Garam.....	95
4.2.3 Pendapat Narasumber Mengenai Kualitas Pelayanan di PT. Garam .....	98
4.2.4 Pendapat Narasumber Mengenai Cita Rasa Garam Lososa di PT. Garam ....	104
4.2.5 Pendapat Narasumber Mengenai Kemasan Garam Lososa di PT. Garam.....	108
4.3 Pembahasan .....	113
4.3.1 Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Garam Lososa .....	113
4.3.2 Harga Garam Lososa di PT. Garam .....	117
4.3.3 Kualitas Pelayanan di PT. Garam .....	119
4.3.4 Cita Rasa Garam Lososa di PT. Garam .....	127
4.3.5 Kemasan Garam Lososa di PT. Garam.....	128
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>132</b>
5.1 Kesimpulan .....	132
5.2 Saran .....	134
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>135</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

