

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN RINGAN  
KEMASAN  
DI UD. ABC VIRA SUKORAMBI JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:  
**Haris Mafadi**  
Nim: E20182270

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
SEPTEMBER 2023**

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN RINGAN  
KEMASAN  
DI UD. ABC VIRA SUKORAMBI JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**Haris Mafadi**  
Nim: E20182270

Dosen Pembimbing



**Dr. Ahmad Afif, M.E.I.**  
NIP.198705202019031009

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
SEPTEMBER 2023**

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN RINGAN  
KEMASAN  
DI UD. ABC VIRA SUKORAMBI JEMBER**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

**Hari: Jumat  
Tanggal: 01 September 2023**

**Tim Penguji**

**Ketua**



**M. Saiful Anam, M.Ag.  
NIP.197111142003121002**

**Sekretaris**



**Dr. Rini Puji Astuti, S.Kom., M.S.I  
NUP.201708174**

**Anggota:**

**1. Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I**

**2. Dr. Ahmad Afif, M.E.I**



Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M.Si  
NIP. 196808072000031001**

## MOTTO

مُؤْمِنُونَ بِهِ أَنْتُمْ الَّذِينَ اللَّهُ وَاتَّقُوا طَيِّبًا حَلَالًا اللَّهُ رَزَقَكُمْ مِمَّا وَكُلُوا

Artinya: Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.<sup>1</sup> (QS: Al- Maidah Ayat 88)



---

<sup>1</sup> Al- Quran, QS: Al- Maidah Ayat 88

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta, Bapakku Khoirul Anam dan Ibuku Rusmini yang telah memberikan dukungan moral serta doa yang tiada henti untuk kesuksesanku. Terimakasih telah menjadi bagian terpenting dalam hidupku, serta ketulusan perjuangannya yang rela banting tulang memeras keringat untuk membiayai pendidikan dan selalu rasa ikhlas penuh kasih sayang dalam mendidik dan memberikan semangat motivasi yang tinggi.
2. Kepada seluruh Guru sekolah dari SD sampai SMA, serta Dosen yang sudah memberikan ilmu yang bermanfaat.
3. Kepada teman teman seperjuangan Angkatan 2018 Ekonomi Syariah (ES6) yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terimakasih atas kebersamaannya.
4. Serta Almamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam tercinta.

## ABSTRAK

**Haris Mafadi, Dr. Ahmad Afif, M.E.I., 2023:** *Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam pembelian Makanan Ringan Kemasan Di UD. ABC Vira Sukorambi Jember.*

Seiring dengan kemajuan teknologi, persaingan bisnis juga ikut mengalami kemajuan, seperti pada sektor industri, dimana saat ini, dengan begitu banyaknya jenis produk yang dipasarkan oleh perusahaan-perusahaan industri dan salah satunya yaitu produk makanan ringan. Mengingat produk makanan ringan saat ini lagi menjadi salah satu yang diminati oleh kaum milenial sehingga hal tersebut menjadi peluang besar bagi perusahaan-perusahaan makanan ringan untuk menciptakan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Fokus penelitian pada penelitian ini yaitu 1) Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan. 2) Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian makanan ringan.

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan. 2) Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap faktor faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa perilaku konsumen faktor- faktor yang mempengaruhi dalam pembelian makanan ringan. Yang pertama dari harganya yang murah dan juga tidak menguras kantong, yang kedua isi dari camilannya banyak meskipun harganya murah tapi isian tidak sedikit, yang ketiga cocok disemua kalangan dari anak-anak sampai remaja, yang keempat dari kemasannya yang bagus menggunakan sablon dan ini merupakan perbedaan dari bungkusannya camilan camilan lainnya.

**Kata Kunci: Konsumen, Perilaku Konsumen**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil ‘alamin. Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiratnya Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Penetapan Denda Pada Tunggakan Pelunasan Gadai Emas Di PT. Pegadaian Syariah KC Jember” guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.

Shalawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada tercurah limpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membina dan membawa ke zaman jahiliyah menuju zaman ilmiah. Selama proses penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.,MM Selaku rektor UIN KHAS Jember.
2. Dr, Khamdan Rifa’i, SE., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Nikmatul Masruroh, S.E., M.Si selaku ketua Jurusan Ekonomi islam UIN KHAS Jember.
4. M.F. Hidayatullah S.H.I, M.S.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN KHAS Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terlesainya skripsi ini.
5. Dr. Ahmad Afif, M.E.I Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta masukan dan saran selama proses penyelesaian skripsi.

6. Dr. Nikmatul Masruroh, S.E., M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selama ini telah memberikan bimbingan dan nasihat dalam bimbingan akademik.
7. Segenap Dosen Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember.
8. Kepala Perpustakaan UIN KHAS Jember dan segenap karyawan didalamnya, yang telah membantu menyediakan literature dan referensi yang menunjang teori-teori penelitian ini.
9. Pemilik UD. ABC Vira Sukorambi Jember dan segenap karyawan yang telah memberikan izin sekaligus membantu kelancaran penelitian yang dilaksanakan penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari bahasa yang digunakan maupun sistematika penulisan. Hal tersebut dikarenakan terbatasnya kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang dibutuhkan.

Penulis  
Jember, September 2023

Haris Mafadi



## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....             | <b>i</b>   |
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....    | <b>ii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....         | <b>iii</b> |
| <b>MOTTO</b> .....                     | <b>iv</b>  |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....               | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                   | <b>vi</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....            | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....              | <b>xi</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....             | <b>xii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....         | <b>1</b>   |
| A. Latar Belakang Masalah .....        | 1          |
| B. Fokus Penelitian .....              | 6          |
| C. Tujuan Penelitian .....             | 6          |
| D. Manfaat penelitian .....            | 6          |
| E. Defisini Istilah .....              | 7          |
| F. Sistematika Pembahasan .....        | 8          |
| <b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> ..... | <b>9</b>   |
| A. Penelitian Terdahulu .....          | 9          |
| B. Kajian Teori .....                  | 22         |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>         | <b>34</b> |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....        | 34        |
| B. Lokasi Penelitian.....                      | 35        |
| C. Subyek Penelitian .....                     | 35        |
| D. Teknik Pengumpulan Data.....                | 36        |
| E. Teknik Analisis Data.....                   | 38        |
| F. Keabsahan Data .....                        | 39        |
| G. Tahap-tahap Penelitian.....                 | 40        |
| <b>BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....</b> | <b>42</b> |
| A. Gambaran Dan Obyek Penelitian.....          | 42        |
| B. Penyajian Data Dan Analisis.....            | 50        |
| C. Pembahasan Temuan .....                     | 57        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                     | <b>59</b> |
| A. Kesimpulan.....                             | 59        |
| B. Saran.....                                  | 59        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                     | <b>60</b> |
| <b>LAMPIRAN- LAMPIRAN</b>                      |           |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Tabulasi Penelitian Terdahulu.....       | 19 |
| Tabel 4.1 Hasil Produksi Camilan UD. ABC Vira..... | 49 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan UD. ABC Vira..... | 44 |
|---|----|



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi saat ini, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah berkembang pesat di Indonesia. Adapun sektor-sektor yang juga ikut mengalami kemajuan, seperti alat komunikasi, teknologi informasi, transportasi, industri dan sektor-sektor lainnya. Hal tersebut tak lepas dari masalah pemasaran. Oleh karena itu, pemilihan strategi yang tepat sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan pasar dan untuk kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Adapun hal yang perlu dikaji lebih lanjut yaitu perilaku konsumen. Mengetahui alasan dasar konsumen melakukan pembelian, tentunya akan memudahkan hal penentuan strategi yang tepat, sehingga keinginan dan kebutuhan konsumen akan terpenuhi.

Seiring dengan kemajuan teknologi, persaingan bisnis juga ikut mengalami kemajuan, seperti pada sektor industri, dimana saat ini, dengan begitu banyaknya jenis produk yang dipasarkan oleh perusahaan-perusahaan industri dan salah satunya yaitu produk makanan ringan. Mengingat produk makanan ringan saat ini menjadi salah satu yang diminati oleh kaum milenial sehingga hal tersebut menjadi peluang besar bagi perusahaan-perusahaan makanan ringan untuk menciptakan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Semakin berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan, maka semakin berkembang dan beraneka ragam pula kebutuhan dan keinginan

konsumen, banyak konsumen yang dalam kehidupannya menginginkan sesuatu yang praktis dan mudah untuk dilaksanakan. Dalam hal ini yang paling utama adalah dibidang pangan, dimana mereka menginginkan suatu lebih mudah dalam memperoleh dan mengolah makanan tersebut tanpa harus buang waktu yang mereka miliki. Untuk dapat membaca keinginan dan kebutuhan konsumen seperti ini, maka perusahaan perlu mengerti perilaku konsumen.<sup>2</sup>

Konsumen tentu saja menginginkan sebuah produk yang dapat memuaskan keinginannya, diantaranya kemasan, kualitas maupun harga dari produk itu sendiri. Momen ini harus bisa ditangkap oleh produsen untuk kemudian dijadikan referensi dalam menyempurnakan produk sebelumnya maupun kontes produk baru. Perilaku konsumen seperti ini seperti dengan yang dikemukakan oleh keegan bahwa memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan tidak sederhana, pelanggan mungkin tidak menyadari motifasi mereka secara mendalam, dan mereka mungkin menanggapi saya pengaruh dari luar yang mampu mengubah pikiran mereka.<sup>3</sup>

Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamika karena pemikiran perasaan, tingkah laku pada masing-masing konsumen, target kelompok konsumen, dan hubungan luas sosial pasti berubah. Fakta bahwa konsumen dan lingkungan berubah, merupakan suatu hal yang sangat penting bagi penelitian dan analisis dari seseorang pemasar, untuk terus melihat kecenderungan. Selain itu, perilaku konsumen melibatkan interaksi disebabkan bahwa seorang

---

<sup>2</sup> Philip Kotler, 1997. Dasar-dasar Pemasaran- Prinsip dari Pemasaran, Edisi VII, Jakarta: Unikat majaya. h.152

<sup>3</sup> Keegan, Warren J, 1997. Manajemen Pemasaran Global, Terjemahan Alexander Sindoro. Jakarta: Jilid 1 dan 2, Prenhallindo.

pemasaran yang baik, harus mengerti produk dan merek apa yang sangat berarti bagi konsumen, mengetahui apa yang dilakukan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut, dan apa yang mempengaruhi seorang konsumen dalam mengonsumsi, membeli suatu produk.<sup>4</sup>

Menurut Kotler (2005), para konsumen membuat keputusan tidak hanya dalam sebuah tempat yang terisolasi dari lingkungan sekitarnya. Keanekaragaman konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik dari yang berasal dari diri konsumen sendiri maupun luar konsumen.

Keputusan membeli dipengaruhi oleh kepercayaan sikap dan nilai-nilai pelanggan serta sebagai faktor dalam lingkungan social pelanggan. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, social, pribadi dan psikologis.<sup>5</sup> Saat ini kemasan produk memang sudah menjadi hal yang sangat penting. Kemasan tidak lagi hanya berfungsi sebagai wadah pembungkus produk makanan dan minuman agar terhindar dari kotoran, debu, udara, benturan, dan sinar matahari, dibandingkan dengan produk yang kemasannya polos atau sederhana dan tidak menarik. Bahkan dengan produk yang sama, namun menggunakan kemasan yang berbeda dapat mempengaruhi minat pembelian pada konsumen. Konsumen melihat suatu produk menarik dapat disebabkan oleh fitur-fitur atau atribut yang ditawarkan, melakukan perbandingan dengan produk-produk pesaingnya, reputasi perusahaan yang membuat produk dan teknologi

---

4 Petrus, Paul J, 2000. *Konsumen Perilaku-Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

5 Fauzan Hemmy, Putra irhamsyah, 2021. *Dinamika Konsumen Dalam Memilih Pembiayaan Rumah Skema Syariah*, Bandung: Media Sains Indonesia.

yang digunakan dalam membuat produk tersebut.<sup>6</sup>

UD. VIRA berdiri pada tahun 2005 dengan dilatar belakangi oleh kebutuhan hidup yang semakin mendesak. Bapak Misnanto merupakan tokoh utama berdirinya UD. Vira. Seseorang dibalik kesuksesan UD. Vira tidak luput dari keikutsertaan istri yang selalu siap untuk bersama dalam suka duka yakni ibu Musrifah.

Tahun 1997 karir usahanya diawali dengan menjual bumbu lengkap seperti kunyit, lengkuas dan sejenisnya yang dikemas secara sederhana menggunakan plastik berloksi di Jl. Teratai Gebang, kecamatan Patrang Jember. Persaingan yang begitu pesat dengan munculnya berbagai macam jenis bumbu, seperti *Magic*, Merica Bubuk, Ketumbar Bubuk, Bumbu Merah Bubuk dan sejenisnya serta seiring kebutuhan hidup yang semakin meningkat membuat usaha tersebut tidak berjalan lama. Selanjutnya bapak Misnanto bekerja sama dengan salah satu pabrik yang bergerak pada bidang bahan mentah cemilan ringan berupa keripik singkong. Hal tersebut hanya bertahan selama satu minggu dikarenakan banyaknya pesaing yang memasukkan bahan yang sejenis sama pada pabrik keripik singkong tersebut, sehingga keripik singkong milik bapak Misnanto tersingkirkan. Stok bahan mentah keripik singkong yang dimiliki bapak Misnanto menumpuk dengan sangat banyak. sehingga dari pengalaman dan berbagai rintangan yang telah dilewati dan dihadapi, memberikan sebuah pengalaman kepada bapak Misnanto untuk memperbaiki kualitas hidup keluarga yaitu mengelola keripik singkong tersebut dengan cara digoreng dan diapsarkan

---

6 Muharam, A.S, 2011. Analisis Pengaruh Desain Kemasan produk dan Daya Tarik Iklan terhadap dan Dapat pada Minat Konsume :Universitas Diponegoro



dengan sendiri. Usaha ini berjalan pada tahun 2006 beralamatkan Jl. Kaca Piring VI/12 Gebang, Kec. Patrang dengan UD. Vira.

UD. Vira diambil dari nama anak pertamanya yang bernama Vira Kumalasari. Dengan harapan usaha tersebut dapat berjalan dan dikembangkan sampai pada anak cucunya. Pada awalnya, hanya memproduksi satu item jenis cemilan ringan yaitu keripik singkong saja. Untuk bersaing dengan dunia pasar maka UD. Vira harus memiliki terobosan-terobosan terbaru sehingga samapai saat ini terdapat 40 item jenis cemilan ringan. Kegemaran terhadap makanan alam kemasan disebabkan karena makanan kemasan mudah ditemukan dan bisa dikonsumsi dalam kondisi apapun. Tidak hanya kalangan remaja namun orang tua dan anak-anak pun menggemari makanan dalam kemasan. Mengonsumsi makanan dalam kemasan telah menjadi gaya hidup masyarakat, Kegemaran mengonsumsi makanan dalam kemasan dipengaruhi beberapa faktor eksternal maupun internal.

Perilaku konsumen adalah studi tentang dimana, kapan, dan bagaimana orang membeli barang tertentu dari merek tertentu. Berbagai pihak akan dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa, tergantung pada posisi masing-masing dan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli suatu produk. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Makanan Ringan Kemasan UD. ABC Vira Sukorambi Jember”**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Faktor faktor yang mempengaruhi yang perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian makanan ringan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan
2. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap faktor faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan.

## **D. Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap dari penelitian ini dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Secara teoritis

Penelitian ini mampu memberiksn pemahaman mengenai mekanisme pengelolaan UD. ABC Vira secara teori, selain itu penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman tentang mekanisme pengelolaan UD. ABC Vira Sukorambi Jember.

2. Secara praktis

- a. Bagi masyarakat UD. ABC

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk masyarakat yang sering melakukan praktik di UD. ABC Vira Sukorambi Jember.

b. Peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi pertimbangan dan tolak ukur untuk peneliti selanjutnya.

## **E. Definisi Istilah**

Penelitian ini berjudul “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Makanan Ringan Kemasan UD. ABC Vira Sukorambi Jember” Oleh karena itu penulis perlu menjelaskan makna kata yang terdapat pada judul tersebut agar tidak terjadi kesalahpahaman pada pembaca.

### 1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian penggunaan, serta Pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

### 2. Makanan Ringan

Makanan ringan atau cemilan adalah istilah bagi makanan yang bukan merupakan menu utama.makanan yang dianggap makanan ringan merupakan makanan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang untuk sementara waktu.

### 3. Kemasan

Kemasan merupakan wadah yang dapat meningkatkan nilai dan

fungsi sebuah produk. Pengemasan produk menjadi hal yang penting karena kemasan menjadi dampak fisik dan psikologis. Dalam hal dampak fisik, kemasan berfungsi sebagai wadah dan pelindung.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga penutup. Sistematika pembahasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan**, yang berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

**BAB II Kajian Kepustakaan**, yang berisi tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan serta memuat tentang kajian teori.

**BAB III Metode Penelitian**, yang berisi tentang metode yang digunakan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

**BAB IV Penyajian Data dan Analisis**, yang berisi tentang inti atau hasil penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan temuan.

**BAB V Penutup**, yang berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran peneliti.

## **BAB II**

### **KAJIAN KEPUSTAKAAN**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Untuk membandingkan dan sebagai referensi awal penelitian yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini, adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan pembahasan ini, antara lain:

1. Sulastri Alaida Putri “faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian *frozen food* di UD mitra abadi kecamatan maduran kabupaten lamongan” Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian, Tahun 2021.

UD Mitra Abadi merupakan usaha yang bergerak dibidang pengolahan ikan yang berada di kecamatan maduran kabupaten lamongan. Tingginya pesarsaingan usaha pengolahan ikan menuntut produsen untuk memahami karakteristik dan perilaku konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen produk *frozen food* dan aspek yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk *frozen food* UD Mitra Abadi. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, uji validitas dan reliabelitas dan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen yang melakukan pembelian pada produk *frozen food* UD Mitra Abadi mayoritas adalah perempuan berusia 17-25 tahun yang bekerja sebagai wirawasta.<sup>7</sup> Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menjelaskan tentang

---

<sup>7</sup> Putri, Sulastri Alaida, 2021. Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian frozen food di UD mitra abadi kecamatan maduran kabupaten lamongan, Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian, Vol.2, No.1,

perilaku konsumen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sulastri Alaida Putri membahas tentang perilaku konsumen dalam pembelian *frozen food* sedangkan peneliti membahas tentang perilaku konsumen dalam memilih makanan ringan kemasan.

2. Tulus Setyo Imam Barozy, Faktor-faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian di rumah makan cepat saji mie kober Malang, Skripsi Ekonomi dan Bisnis 2018.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian di rumah makan cepat saji Mie Kober Malang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penelitian kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Faktor budaya berpengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Faktor Sosial berpengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Faktor Pribadi berpengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) Faktor Psikologis berpengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian, (5) Faktor budaya, sosial,

pribadi, dan psikologis berpengaruh secara simultan yang signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>8</sup>

Persamaan ini adalah sama-sama menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Tulus Setyo Imam Barozy menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.

3. Alicia Jeniver Suawa, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di New Ayam Bandung Resto kawasan Megamas Manado, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019.

Penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di New Ayam Bandung Resto kawasan megamas manado. Metode penelitian yang dilakukan adalah menggunakan kuantitatif. Hasil penelitian yang didapat faktor pribadi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian New Ayam Bandung Resto kawasan megamas Manado., dan faktor psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Bagi pengelola usaha harus selalu memperhatikan dan memahami tentang perilaku

---

<sup>8</sup> Tulus Setyo Imam Barozy, Faktor-faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian dirumah makan cepat saji mie kober Malang, Skripsi Ekonomi dan Bisnis 2018.

konsumen yang sebenarnya dan meningkatkan strategi dalam mengelola usaha guna dalam mencapai keunggulan bersaing.<sup>9</sup>

Persamaannya adalah sama sama menjelas tentang perilaku konsumen dalam memilih makanan sedangkan perbedaannya adalah Alicia Jeniver Suawa menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif

4. Putri Sari Asih, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *fastfood* KFC di Kota Sorong, Jurnal Perkusi, 2021

Tujuan dari penelitian ini sejauh mana faktor sosial dan faktor pribadi mempengaruhi keputusan pembelian KFC di kota Sorong. Metode penelitian yang digunakan ialah Analisis regresi linier berganda dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas. Data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan 50 responden yang diambil menggunakan incidental sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan analisis regresi linier berganda dan uji F terdapat pengaruh positif dan signifikan antara faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian konsumen pada KFC di Kota Sorong.<sup>10</sup>

Persamaannya ialah sama-sama meneliti tentang faktor faktor

---

9 Jeniver, suawa. 2019. Analisis faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di new ayam bandung resto kawasan megamas manado, Vol.7, No. 04

10 Asih, Putri Sari, 2021. Analisis faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *fastfood* KFC di kota Sorong, Jurnal Perkusi, Vol.1, No0.3.



yang mempengaruhi keputusan konsumen sedangkan perbedaannya adalah putri sari asih menjelaskan tentang keputusan pembelian produk *fastfood* KFC sedangkan peneliti ialah menjelaskan konsumen dalam memilih makanan kemasan.

5. Tutik Wahyuni, perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pudak di Toko Sari Kelapa, Jurnal Trunojoyo, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami karakteristik konsumen pudak, menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian dan menentukan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pudak di toko sari kelapa. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen pudak di Toko Sari Kelapa sebagian besar adalah laki laki, pekerja swasta, berpendidikan SMA dan mayoritas berasal dari gresik. Secara bersamaan, faktor budaya, pribsdi, psikologis, dan sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.<sup>11</sup>

Persamaannya adalah sama sama menjelaskan perilaku konsumen dalam pembelian makanan sedangkan perbedaannya adalah Tutik Wahyuni keputusan pembelian pudak sedangkan

---

<sup>11</sup> Wahyuni, Tutik.2020. Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pudak di toko sari kelapa, Jurnal Trunojoyo, Vol. 1, No. 1.

peneliti menjelaskan tentang kemasan makanan ringan.

6. Safrin Edy, Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan jagung pada tingkat rumah tangga di Kecamatan Pasarwajo Kabupaten Buton, *Jurnal Ekonomi*, 2019.

Tujuan penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan jagung pada rumah tangga, populasi penelitian ini adalah semua rumah tangga yang terdapat tiga desa dalam wilayah kecamatan. penarikan sampel dilakukan secara *multy stages cluster random* sampling method dengan jumlah sampel sebanyak 108 rumah tangga. Berdasarkan hasil dan pembahasan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi variable harga jagung, harga beras, harga dan singkong, pendapatan rumah tangga, jumlah anggotan rumah tangga.<sup>12</sup>

Persamaan dalam penelitian sama-sama meneliti tentang faktor faktor perilaku konsumen dan perbedaannya adalah membahas tentang perilaku konsumen terhadap makanan kemasan sedangkan Safrin Edy permintaan terhadap jagung.

7. Nadhilah Umadji, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian roti di *Bread Factory*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2019

---

12 Safrin, Edy. 2019. Analisis Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan jagung pada tingkat rumah tangga di kecamatan Pasarwajo Kabupaten Buton, *Jurnal Ekonomi*, Vol:01, No.05

Produk roti merupakan salah satu jenis pangan yang paling dikenal dan digemari di Manado. Salah satu usaha industri di Manado yaitu *Bread Factory*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, terhadap keputusan pembelian roti di *Bread Factory*. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif dengan populasi banyak 100 orang dan menggunakan teknik incidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial faktor budaya dan faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Bread Factory* sebaiknya mengoptimalkan saluran distribusi dan pemasaran yang efektif termasuk pemanfaatan teknologi pembuatan situs web dan media sosial, serta perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk rotinya agar mampu bertahan dalam industri roti.<sup>13</sup>

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menjelaskan tentang perilaku konsumen dalam memilih keputusan pembelian sedangkan perbedaannya adalah Nadhilah Umadji menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.

---

13 Umadji, Nadhilah. 2019. Analisis faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian Roti di Bread Factory, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.7, No,04,

8. Winda Putri Dharmawan, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian makanan pada aplikasi gojek, Jurnal Komunikasi dan Bisnis, 2022

Pada saat sekarang ini, teknologi terus berkembang secara pesat, dimana dapat dilihat pada semua sektor kehidupan manusia, salah satunya sektor perdagangan. Salah satu perkembangan teknologi yang dirasakan dalam sektor perdagangan adalah penggunaan *food delivery service*. Gofood yang berada dalam Gojek salah satu aplikasi dari *food delivery service* yang banyak digunakan masyarakat. Hal ini tentu memiliki faktor penyebab konsumen memilih Gofood. Pada penelitian ini akan dilihat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, dengan menggunakan metode pengukuran data menggunakan skala likert, uji validitas, realibilitas serta teknik analisis data. Dari hasil penelitian diperoleh faktor yang mempengaruhi yaitu Pengaruh Pribadi dan Keluarga, Kelas Sosial, Sikap Psikologi, dan Budaya, dan yang paling dominan yaitu Pengaruh Pribadi dan Keluarga yakni 28,69%.<sup>14</sup>

Persamaan dalam penelitian ini menjelaskan perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sedangkan perbedaannya adalah dalam jurnal ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneneliti menggunakan kaulitatif.

---

<sup>14</sup> Dharmawan winda putri, 2022, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian makanan pada aplikasi gojek, Jurnal Komunikasi dan Bisnis.

9. Widhayani Puri Setioningtyas, Analisis faktor-faktor perilaku konsumen terhadap produk makanan dan minuman lokal di Kota Surabaya, Jurnal Fakultas Studi Manajemen dan Bisnis, 2019.

Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia yang memiliki respon serta perkembangan yang baik terhadap industri perdagangan khususnya dalam bidang makanan dan minuman. Kondisi tersebut ditunjukkan dengan banyaknya produsen atau pengusaha lokal yang memproduksi berbagai macam makanan dan minuman baru sehingga memicu peningkatan persaingan pada industri tersebut. Tak heran jika berbagai cara dilakukan oleh produsen untuk menawarkan produknya agar dapat menarik minat beli konsumen. Namun tingginya persaingan menyebabkan banyak produk tidak dapat berkembang maupun bertahan di pasaran. Selanjutnya terdapat beberapa faktor yang diketahui mampu memberikan pengaruh pada perilaku pembelian konsumen terhadap produk makanan dan minuman lokal antara lain, yaitu : (a) Aktualitas produk, (b) Kualitas dan Masalah Kesehatan, (c) Penampilan Produk, (d) Kesegaran dan Rasa, (e) Rasa Ingin Tahu dan Gengsi. Berikutnya variabel terikat yakni Perilaku Pembelian Konsumen merupakan faktor terpenting yang harus diraih oleh produsen agar dapat mempertahankan eksistensi serta

mengembangkan produknya dalam pasar di Kota Surabaya.<sup>15</sup>

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang gemar atau berulang kali membeli produk makanan dan minuman lokal di Kota Surabaya. Tahap berikutnya adalah analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier multiple dengan instrumen kuesioner

Persamaan dalam penelitian ini menjelaskan tentang perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk sedangkan perbedaannya adalah Wadhayani puri setioningtyas menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.

10. Muzakar Isa, Analisis perilaku konsumen dalam pembelian makanan di Kota Surakarta, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga terhadap pembelian keputusan, menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, dan menganalisis pengaruh dari mulut ke mulut pada keputusan pembelian. Penelitian dilakukan di kuliner Galabo kota Surakarta kawasan pariwisata. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan menikmati kuliner di Galabo. Sampel penelitian sebanyak 100 orang, dan

---

<sup>15</sup> Setioningtyas wadhayani puri, 2019, Analisis faktor-faktor perilaku konsumen terhadap produk makanan dan minuman lokal di kota Surabaya, Jurnal Studi manajemen dan Bisnis, vol.10, No. 10

pengambilan sampelnya menggunakan metode purposive sampling. Itu data yang digunakan adalah data primer. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Yang analitis Alat yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan Word of mulut mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Galabo Surakarta City Culinary, sedangkan kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Kuliner Kota Galabo Surakarta.<sup>16</sup>

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menjelaskan tentang perilaku konsumen dalam pembelian makanan sedangkan perbedaannya ialah Muzakar Isa menggunakan penelitian kuantitatif dan melakukan penelitian di kota Surakarta.

**Tabel 2.1**  
**Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

| No | Nama/Tahun   | Judul  | Persamaan  | Perbedaan  |
|----|--|--|--|--|
| 1  | Muzakar Isa (2018) Jurnal Ekonomi dan Bisnis       | Analisis perilaku konsumen dalam pembelian makanan di Kota Surakarta | Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menjelaskan tentang perilaku konsumen dalam pembelian makanan. | perbedaannya ialah Muzakar iza menggunakan penelitian kuantitatif dan melakukan penelitian di kota surakarta |
| 2. | Tulus Setyo Imam Barozy (2018) Skripsi Ekonomi dan | Faktor-faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi                    | Persamaan dalam penelitian ini menjelaskan tentang perilaku  | Perbedaannya ialah menggunakan metode kuantitatif  |

<sup>16</sup> Iza Muzakar, 2018, Analisis Perilaku konsumen dalam pembelian makanan di kota Surakarta, Jurna Ekonomi dan Bisnis

| No | Nama/Tahun  | Judul  | Persamaan   | Perbedaan   |
|----|---|--|---|---|
|    | Bisnis Islam  | keputusan pembelian dirumah makan cepat saji mie kober Malang  | konsumen dalam pembelian suatu produk   | sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.  |
| 3. | Widhayani Puri Setioningtyas (2019) Jurnal Manajemen dan Bisnis | Analisis faktor-faktor perilaku konsumen terhadap produk makanan dan minuman lokal di Kota Surabaya                                      | Persamaan dalam penelitian ini menjelaskan perilaku konsumen dalam keputusan pembelian                | Perbedaannya ialah Fitriani menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.                         |
| 4. | Winda Putri Dharmawan (2022) Jurnal Komunikasi dan Bisnis       | Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian makanan pada aplikasi gojek                         | Persamaan ini adalah sama-sama menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen | Perbedaannya ialah Tomy Fitrio menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.                      |
| 5. | Alicia Jeniver Suawa (2019) Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam     | Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di new ayam bandung resto kawasan megamas manado | Persamaannya adalah sama sama menjelas tentang perilaku konsumen dalam memilih makanan                | Perbedaannya ialah Alicia Jeniver Suawa menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.             |
| 6. | Safrin Edy (2019) Jurnal Ekonomi                                | Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan jagung pada tingkat rumah  | Persamaan dalam penelitian sama-sama meneliti tentang faktor faktor perilaku konsumen                 | Perbedaannya adalah safrin edy menjelaskan tentang perilaku konsumen terhadap jagung sedangkan peneliti terhadap makan ringan |



| No | Nama/Tahun  | Judul  | Persamaan   | Perbedaan   |
|----|---|--|---|---|
|    |   | tangga<br>dikecamatan<br>pasarwajo<br>kabupaten<br>buton   |   | kemasan.  |
| 7. | Nadhilah<br>Umadji,<br>(2019) Jurnal<br>Ekonomi dan<br>Bisnis                     | Analisis faktor-<br>faktor yang<br>mempengaruhi<br>perilaku<br>konsumen<br>dalam<br>keputusan<br>pembelian roti<br>di Bread<br>Factory                                   | Persamaan dalam<br>penelitian ini<br>adalah sama sama<br>menjelaskan<br>tentang perilaku<br>konsumen dalam<br>memilih keputusan<br>pembelian  | Perbedaannya<br>ialah Nadhilah<br>Umadji<br>menggunakan<br>metode kuantitatif<br>sedangkan<br>peneliti<br>menggunakan<br>kualitatif.  |
| 8. | Tutik<br>Wahyuni<br>(2020) Jurnal<br>Trunojoyo                                    | perilaku<br>konsumen<br>terhadap<br>keputusan<br>pembelian<br>pudak di toko<br>sari kelapa   | Persamaannya<br>adalah sama<br>sama menjelaskan<br>perilaku konsumen<br>dalam pembelian<br>makanan dan sama<br>sama menggunakan<br>kualitatif | Perbedaannya<br>adalah tutik<br>wahyuni<br>menjelaskan<br>perilaku<br>konsumen<br>terhadap<br>pembelian pudak<br>sari kelapa<br>sedangkan<br>peneliti makan<br>tingan kemasan   |
| 9. | Sulastris Alaida<br>Putri (2021)<br>Jurnal<br>Agribisnis<br>Fakultas<br>Pertanian | faktor faktor<br>yang<br>mempengaruhi<br>perilaku<br>konsumen<br>dalam<br>pembelian<br>frozen food di<br>UD mitra abadi<br>kecamatan<br>maduran<br>kabupaten<br>lamongan | Persamaannya<br>adalah sama<br>sama menjelaskan<br>perilaku konsumen<br>dalam pembelian<br>makanan  | perbedaannya<br>adalah penelitian<br>yang dilakukan<br>oleh Sulastris<br>Alaida Putri<br>membahas<br>tentang perilaku<br>konsumen dalam<br>pembelian frozen<br>food sedangkan<br>peneliti<br>membahas<br>tentang perilaku<br>konsumen dalam<br>memilih<br>makanan ringan<br>kemasan |
| 10 | Putri Sari Asih   | Analisis faktor-   | Persamaannya ialah  | perbedaannya  |

| No | Nama/Tahun            | Judul   | Persamaan   | Perbedaan  |
|----|-----------------------|---|---|--|
|    | (2021) Jurnal Perkusi | faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk fastfood kfc dikota sorong. | sama-sama meneliti tentang faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen | adalah putri sari asih menjelaskan tentang keputusan pembelian produk fastfood kfc sedangkan peneliti ialah menjelaskan konsumen dalam memilih makanan |

*Sumber: Data diolah dari penelitian terdahulu*

## B. Kajian Teori

Kajian teori berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai dasar pijakan dalam penelitian. Pembahasan teori secara luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tinjauan penelitian.<sup>17</sup>

### 1. Konsumen

#### a. Pengertian Konsumen

Konsumen adalah pihak yang memakai, membeli, menikmati menggunakan barang dan atau jasa dengan tujuan untuk kepentingan pribadi, keluarga dan rumah tangganya. Konsumen memiliki posisi yang sangat penting dalam kegiatan ekonomi yang juga menjadi faktor penting bagi kelancaran dunia usaha dan bagi pelaku usaha., karena konsumenlah yang mengonsumsi barang dan jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha tanpa memperdagangkannya kembali, yang mana akan memberi keuntungan bagi pelaku usaha untuk kelangsungan usahanya.

---

<sup>17</sup> Tim Penyusun, Pedoman penulisan Karya Ilmiah, (IAIN Jember), 46

Menurut Kotler dan Keller (Sutrisno, dkk 2006) mendefinisikan konsumen sebagai seseorang yang membeli dari orang lain. Menurut McCarthy dan Perreault (1995:198) menyatakan kebanyakan pakar ekonomi mengansumsikan bahwa konsumen merupakan pembeli ekonomis, yakni orang yang mengetahui semua fakta dan secara logis membandingkan pilihan yang ada berdasarkan biaya dan nilai manfaat yang diterima untuk memperoleh kepuasan terbesar dari uang dan waktu yang mereka korbankan.

Konsumen sebagai pemakai barang/jasa konsumen memiliki jumlah hak dan kewajiban. Pemgetahuan tentang hak hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya, jika ditengerai adanya tindakan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari hal tersebut. Konsumen kemudian bisa bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak haknya. Dengan kata lain ia tidak hanya tinggal diam saja ketika menyadari bahwa hak haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

#### b. Perilaku Konsumen

Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dan bergai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut.

Kotler dan Keller (2008) mendefinisikan perilaku konsumen

yaitu perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.<sup>18</sup>

Dharmmesta dan Handoko (2000) mendefinikan perilaku konsumen yaitu perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tertentu.<sup>19</sup>

Schiffman dan Kanuk (2008) mendefinikan perilaku konsumen yaitu perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi.<sup>20</sup>

Dari ketiga pengertian tentang perilaku konsumen di atas dapat diperoleh dua hal yang penting yaitu: 1) Sebagai kegiatan fisik dan 2) sebagai proses pengambilan keputusan. Berdasarkan beberapa definisi yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, menggunakan,

---

18 Keller, P.K (2008). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

19 Dharmamesta. 2000. Riset Perilaku Konsumen. Cet.1. Jakarta

20 Kanuk, S. 2008. Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks

menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal atau kegiatan mengevaluasi. Mempelajari perilaku konsumen merupakan suatu yang sangat kompleks, terutama karena banyaknya variable yang mempengaruhinya dan kecenderungan untuk saling berinteraksi.

Perilaku konsumen merupakan bagian dari manajemen pemasaran yang berhubungan dengan manusia sebagai pasar sasaran. Otomatis riset perilaku konsumen juga merupakan bagian dari riset pemasaran. Perilaku konsumen akan dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap perekonomian dan pendapatan konsumen. Salah satu hasil penelitian yang dilakukan Katona (2003:30) menunjukkan bahwa konsumen memiliki persepsi yang baik mengenai pendapatnya pada masa datang ternyata cenderung melakukan pembelian barang barang tahan lama melalui kredit ini membuktikan bahwa konsumen berani melakukan pembelian melalui kredit karena mereka merasa yakin bahwa pendapatan masa datang akan bisa melunasi kredit tersebut.<sup>21</sup>

Perilaku konsumen sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan barang barang dan jasa . Bilson Simamura (2008:2) berpendapat bahwa perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal.<sup>22</sup>

Pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan

---

21 Katona, 2003. Manajemen Pemasaran Edisi 11 Jilid 2, Ahli Bahasa: Benyamin Mulan. Jakarta.

22 Bilson Simamura. 2008. 'Membongkar Kotak Hitam'. Konsumen Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

yang muda, tetapi cukup sulit khususnya disebabkan oleh banyaknya variable yang mempengaruhi dan cenderung saling berinteraksi. Meskipun demikian, bila hal tersebut dapat dilakukan maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih keuntungan yang jauh lebih besar dari pada pesaingnya, karena dengan dipahaminya perilaku konsumen tersebut perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya.<sup>23</sup>

## **2. Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen**

Keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar tetapi harus benar benar diperhentikan.<sup>24</sup>

### **a. Faktor kebudayaan**

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Perilaku harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, subkultur, dan kelas sosial pembeli.

#### **1) Kebudayaan (Kultur)**

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang bila makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

---

23 Kolter, Philips. 1997. Manajemen Pemasaran: Benyamin Mulan. Jakarta: PT Indeks.

24 Setadi J. Nugroho. 2003. Perilaku konsumen, Jakarta: PT. Kharismaputra utama, 2003.

## 2) Subbudaya

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisai yang lebih spesifik para anggotanya.

## 3) Kelas sosial

Kelas sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dalam perilaku yang serupa.

## b. Faktor sosial

Perilaku seorang konsumen yang dipengaruhi oleh faktor sosial seperti perilaku kelompok acuan/ kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial dari konsumen.

### 1) Kelompok referensi

Kelompok referensi terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Beberapa diantaranya, kelompok primer yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga dan teman sebaya.

### 2) Keluarga

Dalam keluarga, ada dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah: keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang dari orang tualah seseorang dapat pandangan tentang

agama, oritik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluar proreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seorang keluarga merupakan merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan ia telah menjadi objek penelitian yang luas. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembeli. Keluarga orientasi terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang. Bahkan jika pembeli tidak lagi berinteraksi secara mendalam dengan keluarganya, pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan. Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga.

### 3) Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat di identifikasikan dalam peran dan status.

#### c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, kondisi ekonomi, biaya hidup, serta kepribadian dan konsep pembeli.



### 1) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Orang membeli suatu barang dan jasa yang berubah ubah selama hidupnya. Mereka makan makanan bayi pada tahun awal kehidupannya, memerlukan makanan paling banyak pada waktu meningkat besar dan dewasa., dan memerlukan diet khusus pada waktu meningkat usia lanjut.

### 2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaannya. Seorang pekerja keras akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja, kotak makanan, dan rekreasi permainan bowling.

### 3) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat. Gaya hidup yang mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial di suatu pihak dan kepribadian di pihak lain.

### 4) Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbedayang akan mempengaruhi perilaku pembeli. Kepribadian adalah ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang, yang membedakan terjadinya jawaban yang secara relative tetap dan bertahan lamaterhadap lingkungannya. Sedangkan konsep diri dibagi dua yaitu konsep diri ideal (bagaimana ia ingin memandang diri sendiri) dan konsep diri menurut orang lain (bagaimana pendapatnya tentang

orang lain memandang dia).

d. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

1) Motivasi

Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tentang guna mencapai suatu tujuan. Akan tetapi secara definitif dapat dikatakan bahwa motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu.

2) Persepsi

Persepsi di definisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menyiptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Seseorang yang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

3) Pengetahuan dan Pembelajaran

Pengetahuan adalah proses belajar yang menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

Sedangkan pembelajaran sebagai perubahan-perubahan perilaku pribadi sebagai hasil dari akibat adanya pengalaman. Perubahan-perubahan perilaku tersebut bersifat tetap (permanen) dan bersifat lebih fleksibel. Hasil belajar ini akan memberikan tanggapan tertentu yang cocok dengan rangsangan-rangsangan dan yang mempunyai tujuan tertentu.

#### 4) Keyakinan dan Sikap

Melalui bertindak dan belajar, orang mendapat keyakinan dan sikap. Keduanya kemudian mempengaruhi pembelian mereka. Keyakinan adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal. Keyakinan mungkin berdasarkan pengetahuan, pendapat, atau kepercayaan. Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau gagasan. Sikap kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.<sup>25</sup>

Selain faktor-faktor tersebut, perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi dari stimulus pemasaran berupa bauran pemasaran yang meliputi.<sup>26</sup>

#### 1) Produk

Menurut Kotler dan Armstrong produk didefinisikan sebagai

---

<sup>25</sup> Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

<sup>26</sup> Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Prenhalindo, 2000), h.34

berikut adalah apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk di perhatikan, diperoleh, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk tersebut objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan ide. Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, mereknya, pembungkus, garansi, dan servis sesudah penjualan. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya.<sup>27</sup>

## 2) Harga

Harga suatu produk dapat dikatakan sebagai alat pemasaran yang cukup penting, dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya. Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa, harga juga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang paling fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat. Namun, dapat melakukan perubahan harga perusahaan harus benar-benar mempertimbangkan secara cermat reaksi pelanggan dan juga pesaing. Karena harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Basu Swastha dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta, Liberty, 2008), h.79

<sup>28</sup> Suryana, Kewirausahaan pedoman Praktisa: Kiat dan Proses Menuju Sukses, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 146-147

### 3) Promosi

Usaha untuk mendorong peningkatan volume penjualan yang tampak paling agresif adalah dengan cara promosi. Dasar pengembangan promosi adalah komunikasi.

Menurut Djaslim Saladin mendefinisikan promosi sebagai suatu komunikasi informasi penjualan dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli. Dengan promosi pada dasarnya diharapkan dapat membuat permintaan menjadi elastis pada saat turun.<sup>29</sup>

### 4) Saluran distribusi

Saluran distribusi merupakan penghubung antara produsen dengan konsumen. Menurut Kotler adalah termasuk kegiatan-kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Tempat bukti berarti hanya lokasi perusahaan saja tapi juga termasuk di dalamnya saluran pemasaran, saluran pemasaran adalah lembaga yang saling terkait untuk menjadikan produk atau siap digunakan dan dikonsumsi.<sup>30</sup>

---

29 Buchari Alma, Manajemen Pemasaran, h.179

30 Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2005), h.49

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian Kualitatif. Bodgan dan Biklen menyatakan beberapa istilah yang diberikan terhadap penelitian Kualitatif yaitu penelitian naturalistik atau alamiah, etnografi, intraksi simbolik, perspektif kedalam, etnometodologi, fenomenologis, studi kasus, humanistik, ekologis dan deskriptif.<sup>31</sup> Bodgan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>32</sup> Penelitian ini termasuk kategori penelitian lapangan (*Field Research*) karena peneliti harus terjun langsung ke lapangan, terlibat dengan masyarakat setempat, termasuk kegiatan penelitian pendekatan luas dalam penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan bentuk penelitian yang menggunakan format deskriptif kualitatif, yaitu meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kejadian peristiwa yang terjadi pada masa sekarang.<sup>33</sup> Dengan menggunakan jenis penelitian lapangan, peneliti ingin mengetahui secara langsung dari tempat penelitian tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan di UD ABC Vira.

---

31 I Wayan Suwendra, 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Nilacakra. h.3

32 Lexy J Moleong, 1990. Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. h.4

33 Moh. Nazir, 2011. Metode Penelitian, Bogor: Ghalia Indonesia. h. 61

## B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut dilakukan. Sebelum penelitian ini dilakukan peneliti harus survei terlebih dahulu. Adapun lokasi yang dijadikan penelitian adalah di UD. ABC VIRA Jl. Mujahir, no. 22 desa sukorambi jember.

Alasan peneliti memilih tempat ini karena UD. ABC Vira merupakan badan usaha yang mempunyai berbagai macam makanan ringan yang mempunyai peluang yang cukup besar, sebab permintaan akan makanan ringan selalu bertambah dari hari ke hari. Tidak hanya segmen pasar anak anak saja, usaha makanan ringan juga bisa dinikmati oleh remaja dan orang dewasa. Maka hal tersebut menjadi fenomena yang menarik bagaimana cara yang dilakukan UD. ABC Vira untuk menyelesaikan perilaku konsumen.

## C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini menggunakan *Purposive* yaitu menjangring sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber dan bangunannya (*construction*). Penentuan subyek penelitian ini dipilih dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan, atau mungkin dia sebagai pemilik kuasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek ataupun situasi sosial yang diteliti.<sup>34</sup> Berikut beberapa informan yang akan dijadikan subyek penelitian antara lain:

1. Pemilik UD. ABC Vira Sukorambi Jember
2. Bagian Packing UD. ABC Vira Sukorambi Jember

---

<sup>34</sup> Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 223.

### 3. Pemborong UD. ABC Vira Sukorambi Jember

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian data merupakan suatu hal penting guna menjawab permasalahan yang diteliti. Data diperoleh dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data yang akan di olah dan di analisis dengan metode pengumpulan data dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

##### 1. Observasi

Sutrisno mengemukakan observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses penghematan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam bila responden yang diamati terlalu besar.<sup>35</sup> Dalam pelaksanaan observasi ini, peneliti menggunakan observasi non partisipan. Observasi non partisipan yaitu peneliti tidak terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati, sambil melakukan pengamatan, peneliti hanya mendapatkan sumber data atau informasi dari UD. ABC Vira. Adapun yang akan diamati oleh peneliti meliputi:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan.
2. Tinjauan ekonomi islam terhadap faktor faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan.

---

<sup>35</sup> Sugiyono, 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D, Bandung: Alfabeta, 145.



## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewed*) yang diberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>36</sup>

Metode wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara terstruktur yaitu wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Alat yang akan digunakan untuk perekaman adalah Handphone, narasumber yang menjadi sumber data dan informasi penelitian. Teknik wawancara memberikan data tentang:

- a. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan.
- b. Tinjauan ekonomi islam terhadap faktor faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis ataupun film, dokumen biasanya dibagi atas dokumen pribadi dan dokumen resmi. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaannya. Sedangkan dokumen resmi berupa memo pengumuman, intruksi, aturan lembaga masyarakat, majalah, atau buletin.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Lexy J. Moeleong, 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 186

<sup>37</sup> Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung:

Pengumpulan data dengan teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang di dapat melalui teknik wawancara dan observasi. Dokumentasi yang teliti seperti data-data tertulis, brosur dan lain-lain yang terkait dengan UD ABC Vira.

#### E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian Kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *data conclusion drawing/verifacion*. Langkah-langkah analisis ditunjukkan sebagai berikut:<sup>38</sup>

##### 1. *Data reduction* (Reduksi data)

Mereduksi data yaitu peneliti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

##### 2. *Data display* (Penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang

---

Alfabeta, h. 219

38 Sugiyono, 2009. Metode Peneltian Kuantitatif, Kualitatif, R&D, Bandung: Alfabeta.

paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian Kualitatif adalah teks yang bersifat naratif, dengan menyajikan data maka akan mempermudah memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya apa yang telah dipahami tersebut.

3. *Data conclusion/verification* (Penarikan kesimpulan)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

F. Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan bertanggung jawabkan secara ilmiah. Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data.

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian membandingkan atau mengecek baik informasi yang telah diperoleh dengan sumber lainnya.<sup>39</sup>

Dan dalam penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti sebagai teknik pemeriksaan data ialah menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain.

#### G. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam penelitian ini ada tiga tahapan yang ditempuh peneliti yaitu:

##### 1. Tahap Pra-Lapangan

Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah mencari permasalahan dan mencari referensi terkait dengan judul penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu “Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan di UD. ABC Vira”. Adapun tahap pra lapangan meliputi:

- a. Menentukan lokasi penelitian
- b. Menyusun rancangan penelitian
- c. Mengurus perizinan
- d. Menyiapkan perlengkapan penelitian

##### 2. Tahap pelaksanaan

Setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti akan memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan judul yang

---

<sup>39</sup> Lexy J. Moeleong, 1990. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 330

telah ditetapkan oleh peneliti.

3. Tahap penyusunan laporan

Setelah peneliti mendapatkan data dan data tersebut sudah dianalisis, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat laporan penelitian. Laporan penelitian tersebut kemudian diserahkan kepada dosen pembimbing untuk dikoreksi dan direvisi jika ada kesalahan dan kekurangan.



## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Sejarah Umum UD ABC Vira**

##### **1. Sejarah UD ABC Vira**

UD ABC Vira berdiri pada tahun 2005 dengan dilatarbelakangi oleh kebutuhan hidup yang semakin mendesak. Bapak misnanto merupakan tokoh utama berdirinya UD ABC vira seseorang dibalik kesuksesan UD ABC Vira tidak luput dari keikutsertaan istri yang selalu siap untuk bersama dalam suka dan duka yakni ibu musrifah.

Tahun 1997 karir usahanya diawali dengan menjual bumbu lengkap seperti kunyit lengkuas dan sejenisnya yang dikemas secara sederhana menggunakan plastik di jalan teratai gebang, kecamatan patrang Jember. Persaingan yang begitu besar dengan munculnya berbagai macam jenis bumbu jadi , seperti magic merica bumbu, ketumbar bumbu, bumbu merah bumbu dan sejenisnya serta seiring kebutuhan hidup yang semakin meningkat membuat usaha tersebut tidak berjalan lama. Selanjutnya bapak misnanto bekerja sama dengan salah satu pabrik yang bergerak pada bidang bahan mentah cemilan ringan berupa keripik singkong hal tersebut hanya bertahan selama satu minggu dikarenakan banyaknya pesaing yang memasukkan bahan yang berjenis sama pada pabrik keripik singkong tersebut, sehingga keripik singkong milik bapak Misnanto tersingkirkan.

Stok bahan mentah keripik singkong yang dimiliki bapak misnanto menumpuk sangat banyak sehingga dari pengalaman dan berbagai rintangan

yang lelah dilewati dan dihadapi , memberikan sebuah pengalaman kepada bapak isnanto untuk memperbaiki kualitas hidup keluarga yang mengelola keripik singkong tersebut dengan cara digoreng dan dipasarkan sendiri. Usaha ini berjalan pada tahun 2006 yang beralamat Jl. Kaca Piring VI/12 Gebang, Kec. Patrang. Vira diambil dari nama anak pertamanya yang bernama Vira Kumalasari dengan harapan usaha tersebut dapat berjalan dan dikembangkan sampai pada anak cucunya. Pada awalnya, hanya memproduksi satu item jenis camilan ringan yaitu keripik singkong saja. Untuk bersaing dengan dunia pasar maka UD ABC Vira harus memiliki terobosan-terobosan terbaru sehingga sampai saat ini terdapat 35 item jenis camilan ringan.

Penerapan manajemen pemasaran yang baik sikap mengedepankan kepuasan konsumen dan penerapan etika bisnis yang jujur menjadikan usaha UD ABC vira semakin berkembang. Sehingga memproduksi semakin meningkat serta membutuhkan sebuah tempat yang luas. Pada tahun 2017 didirikanlah pabrik UD ABC Vira yang berlokasi di Jl. Mujahir No.22 Desa Sukorambi, kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

## **2. Visi dan Misi UD ABC Vira**

Visi dari UD ABC Vira adalah menjadi rumah industri penghasil kerupuk yang memiliki kualitas dan kuantitas terbaik di Jember serta mencapai target dikenal secara meluas oleh masyarakat. Sedangkan misi dari UD ABC Vira meliputi:

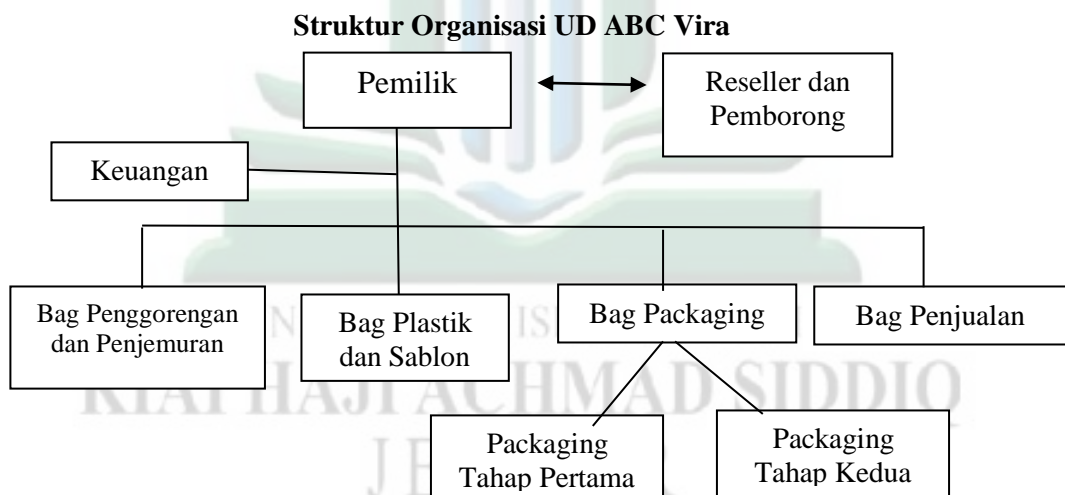
- a. Menyediakan berbagai variasi produk yang enak dengan bumbu yang

lebih sedap.

- b. Selalu berinovasi dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan terbaik untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan.
- c. Berinovasi dengan meningkatkan produksi agar kuantitas produk semakin besar dengan bercita-cita akan beralih dan produksi manual sehingga dapat memproduksi semi mesin.

### 3. Struktur Organisasi Perusahaan UD ABC Vira

Struktur organisasi merupakan salah satu dalam pencapaian tujuan dan sasaran organisasi pada setiap pekerjaan, sehingga struktur organisasi dibuat secara sederhana, efektif untuk dapat bekerja secara efisien.



Sumber: Wawancara di UD ABC Vira

#### a. Pemilik

Di sini pemimpin ialah bapak misnanto, merangkap dua tugas lain memimpin suatu perusahaan yaitu manajemen produksi atau operasional, itulah kenapa tidak disebutkan dalam struktur organisasi manajemen produksi dikarenakan pemimpin perusahaan merangkap



peran tersebut dan beberapa tugas atau peran penting sebagai pemimpin perusahaan:

- 1) Sebagai pimpinan tertinggi dalam perusahaan harus dapat memberi pedoman kerja kepada bawahannya dan bertanggung jawab penuh terhadap kelangsungan perusahaan.
- 2) Meminta pertanggungjawaban setiap bawahnya atas tugas dan kewajiban yang dibebankan kepadanya.
- 3) Menentukan perusahaan untuk jangka pendek maupun jangka panjang.
- 4) Mengembangkan rencana jangka panjang atau suatu kebijaksanaan perusahaan dalam usahanya meningkatkan penjualan dan laba usaha.
- 5) Mengangkat atau memberhentikan pekerja, memberikan gaji ke pekerja.
- 6) Menentukan jumlah dari macam barang yang akan diproduksi

b. Keuangan

Pada bagian keuangan perusahaan ialah Bu musrifah sekaligus istri dari bapak misnanto yang berperan:

- 1) Mengelola administrasi keuangan
- 2) Menyimpan arsip-arsip dengan baik
- 3) Bertanggung jawab atas kelancaran administrasi perusahaan
- 4) Mengatur dan bertanggung jawab atas keuangan perusahaan
- 5) Bertanggung jawab kepada pemimpin dengan memberikan laporan keuangan.

c. Reseller dan Pemborong

Pemasaran ini dilakukan oleh para pemborong, reseller yang tidak terikat gaji oleh perusahaan akan tetapi komunikasi antara pihak pemasaran dan perusahaan berjalan sangat baik, yang akhirnya perusahaan dan pemborong sama-sama berbagi informasi telah mengatur nilai jual di pasar agar permintaan dan penawaran diharapkan stabil dan juga para pemborong memiliki pasar mereka sendiri, jadi diharapkan pemborong satu dan pemborong yang lain tidak berselisih mengenai lahan pasar mereka karena sudah ada klaim mengenai daerah pasar tersebut dan hukum atau kebijakan mengenai cara mendistribusikannya.

- 1) Mengadakan penjualan hasil produksi
- 2) Mengembangkan produksinya di pasaran serta berusaha menjalankan tugas kebijaksanaan tentang harga.
- 3) Memperhatikan keadaan pasar dan perkembangan pemasaran hasil produksi sendiri maupun perusahaan saingan.
- 4) Berusaha membuka area pasar baru setelah itu memperhatikan daerah mana yang memiliki pembeli terbanyak.

d. Bagian Penjualan

Pemasaran dilakukan oleh pegawai perusahaan yang masih terikat dengan gaji perusahaan berbeda dengan reseller dan pemborong yang mereka membeli barangnya sendiri dan menanggung keuntungan dan kerugian sendiri. Tugas pemasaran sama dengan reseller dan pemborong seperti yang dijelaskan sebelumnya.

e. Bagian penggorengan dan penjemuran

Pada bagian penggorengan dan penjemuran terdapat pekerja yang berfokus pada kegiatan tersebut yang memiliki peran terhadap perusahaan:

- 1) Bertanggung jawab pada kegiatan penjemuran bahan baku mentah, waktu penjemuran dan waktu pengangkatan bahan baku siap digoreng.
- 2) Bertanggung jawab pada kegiatan penggorengan bahan baku sehingga menjadi bahan setengah jadi.
- 3) Bertanggung jawab pada pemberian bumbu, pengadukan bumbu dan pada akhirnya proses pendistribusian camilan pada packing pertama.

f. Bagian Sablon dan Plastik

Pada bagian ini berfokus pada plastik yang digunakan untuk packaging yang memiliki peran terhadap perusahaan:

- 1) Bertanggung jawab pada persiapan plastik, dari plastik belum bisa digunakan lalu pada tahap plastik sudah memiliki space untuk bisa digunakan.
- 2) Bertanggung jawab pada sablon tampilan camilan memiliki ciri khas logo agar dapat dikenal masyarakat
- 3) Bertanggung jawab pada pemotongan ukuran plastik untuk 1 pcs camilan dan untuk plastik ukuran 1 ombyok dan satu pack yang bervariasi dari ukuran muat 1 ombyok sekitar 25 pcs Dan ukuran muat 1 pack yaitu 24, 20 yang sesuai permintaan.

g. Bagian Packaging

1) Packaging tahap pertama

Pada bagian ini adalah tahap pertama packaging yaitu memasukan camilan yang sudah digoreng dan dibumbui ke dalam plastik, peran bagian ini pada perusahaan adalah:

- a) Bertanggung jawab pada memasukan camilan ke dalam plastik dan penutupan kemasan dengan rapi menggunakan kompor rakitan (seperti lilin) agar-agar proses penutupan kedap udara sehingga camilan tidak bantat.
- b) Bertanggung jawab pada memasukan kira-kira ukuran camilan yang dimasukkan ke dalam plastik, dikarenakan setiap camilan memiliki berat yang berbeda dan ukuran plastik yang berbeda.

2) Packaging tahap kedua

Pada bagian ini adalah tahap kedua packaging yaitu setelah camilan sudah dikemas dan ditutup rapi barulah pengelompokan pack 20, pack 24, 1 Ombyok. Peran bagian ini pada perusahaan adalah:

- a) Bertanggung jawab pada pengecekan tahap pertama apabila ada camilan yang kurang rapi atau terbakar plastiknya sehingga, camilan tidak tertutup rapi maka akan dikembalikan kepada pihak bersangkutan pada bagian tahap pertama. Karena jika camilan tersebut dimasukkan ke dalam pack maka akan menurunkan kualitas produk.

- b) Bertanggung jawab juga pada penghitungan borongan dari tahap pertama karena pekerja pada bagian packaging pertama adalah dibayar sesuai borongan, maka sekaligus menghitung pendapatan dari tahap pertama di tahap kedua ini juga bertanggung jawab untuk menghitung berapa pendapatan yang sudah dikerjakan oleh pekerja tahap pertama, yang nantinya akan dicatat di buku dan akhirnya menjadi kalkulasi pemilik untuk membayar upah setiap minggunya. Semakin banyak hasil pekerja tahap pertama maka semakin besar juga upah yang diterima.
- c) Bertanggung jawab pada pengemasan packing ukuran pack 20, pack 24 dan 1 Ombyok yang nantinya disusun rapi pada tempat stok produk titik diklarifikasi sesuai jenis dan ukurannya.

#### 4. Hasil Produksi Perusahaan Camilan UD ABC Vira

Hasil produksi ini terdapat 35 variasi produk, Berikut beberapa jenis atau varian yang ada di UD ABC Vira.

**Tabel 4.1**

| No  | Produk UD ABC Vira    |
|-----|-----------------------|
| 1.  | Kripik Singkong Pedas |
| 2.  | Kripik Singkong Gurih |
| 3.  | Kripik Singkong Manis |
| 4.  | Makaroni Jadul Pedas  |
| 5.  | Makaroni Jadul Pedas  |
| 6.  | Makaroni Jadul Gurih  |
| 7.  | Makaroni Mini         |
| 8.  | Makaroni Delon        |
| 9.  | Mie lidi Pedas        |
| 10. | Mie lidi Pedas        |
| 11. | Mie lidi Manis        |
| 12. | Mie Mentah Pedas      |
| 13. | Mie Mentah Gurih      |

|     |                           |
|-----|---------------------------|
| 14. | Mie Masak Pedas           |
| 15. | Mie Masak Gurih           |
| 16. | Stik                      |
| 17. | Kerupuk Ikan Pedas        |
| 18. | Kerupuk Ikan Kering       |
| 19. | Kerupuk Ikan Keong        |
| 20. | Kerupuk Ikan Keong Gurgur |
| 21. | Kerupuk Gurgur            |
| 22. | Kerupuk Merindu           |
| 23. | Kerupuk Tahu Majang       |
| 24. | Kerupuk Tahu Jari         |
| 25. | Kerupuk Tahu Gambis       |
| 26. | Kerupuk Samiler           |
| 27. | Kerupuk Opak              |
| 28. | Kerupuk Cococrunch        |
| 29. | Kerupuk Potato Pedas      |
| 30. | Kerupuk Potato Gurih      |
| 31. | Kerupuk Slondok           |
| 32. | Kerupuk Manggar           |
| 33. | Kerupuk Seblak            |
| 34. | Basreng                   |
| 35. | Kripik Kaca               |

Sumber: Hasil Wawancara di UD ABC Vira

## B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data merupakan bagian yang mengungkapkan data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan analisis data yang relevan. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan catatan lapangan sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. Secara beruntut akan disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus penelitian.

## 1. Faktor- Faktor Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Makanan Ringan Kemasan.

Makanan merupakan bagian penting yang dibutuhkan oleh tubuh untuk menjadikan tenaga agar tubuh menjadi sehat. Sama seperti halnya dengan makanan ringan, dimana makanan ringan dapat menjadi cemilan untuk sehari-hari. Makanan ringan sangat digemari semua kalangan dari mulai anak kecil sampai dewasa. Dengan begitu disini peneliti akan memaparkan hasil wawancara tentang alasan memilih produk makanan ringan di UD ABC Vira, pada saat diwawancara Bapak Sodikin menjelaskan:

“Menurut saya produk makanan ringan yang dijual pada UD ABC Vira memiliki varian yang banyak. Jadi saya bias memiliki produk ap yang saya beli, dan juga harga yang tergolong murah dimana membuat saya tertarik membeli produk disini.”<sup>40</sup>

Terdapat juga penjelasan yang dipaparkan oleh Bapak Agus dimana beliau menjelaskan:

“Kalau dari saya sendiri yang membuat saya memilih produk makanan ringan di UD ABC Vira karena harganya yang murah, karena kalo saya membeli itu selalu banyak dan juga berbagai pilihan jenis makanan ringan yang terbilang banyak variannya. Hal tersebut yang membuat saya membeli di UD ABC Vira.”<sup>41</sup>

Adapun penjelasan yang paparkan oleh Bapak Soleh, dimana beliau menjelaskan:

“Yang saya ketahui itu di UD ABC Vira dari segi produk memiliki 35 jenis, dengan banyaknya pilihan jenis produk saya dapat memilih produk mana yang ingin saya jual kembali. Harga yang murah itu factor paling penting bagi saya karena sekali membeli itu seelalu

---

40 Sodikin (Selaku Konsumen), Wawancara, Jember 25 Januari 2023

41 Agus (Selaku Konsumen), Wawancara, Jember 25 Januari 2023

banyak. Kalau harga yang ditawarkan mahal saya akan kerepotan jika mau membeli borongan, jadi harga menjadi penentu yang bagus.”<sup>42</sup>

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa minat konsumen dalam melakukan pembelian di UD ABC Vira terjadi karena beberapa faktor. Seperti faktor harga, jenis produk, dan jumlah produk. Sama halnya yang disampaikan oleh Bapak Soleh dimana beliau menjelaskan harga yang murah menjadi faktor pendukung dimana konsumen mau melakukan pembelian dalam jumlah sedikit maupun banyak. Terlepas dari murah nya harga yang ditawarkan di UD ABC Vira memiliki jenis produk makanan ringan yang beragam, hal tersebut juga merupakan faktor yang mempengaruhi minat konsumen. Jumlah produksi yang melimpah menjadikan UD ABC Vira tidak kekurangan jumlah produk yang dibutuhkan. Terkadang terdapat beberapa toko mengalami kekurangan produk yang terjadi karena produksi yang terganggu. Dengan begitu mengakibatkan kurangnya minat membeli kembali di toko tersebut. Tersedianya produk yang melimpah dan jenis produk yang beragam menjadikan nilai tersendiri bagi UD ABC Vira dimata konsumen.

Adapun faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan, Hal ini berdasarkan penjelasan dari Bapak Misnanto selaku Pemilik UD ABC Vira.

“Setiap harinya salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli karena harganya yang murah, isi kemasan camilan banyak dan juga bungkus dari UD ABC Vira ini berbeda dari kalangan lainnya sehingga cocok disemua kalangan dari anak-

---

42 Soleh (Selaku Konsumen), Wawancara, Jember 25 Januari 2023



anak sampai remaja, dan juga disetiap harinya penjualan bisa 500 bal perhari”<sup>43</sup>

Hal tersebut juga dijelaskan dengan pernyataan dari Vira selaku anak dari pemilik UD ABC Vira.

“Kemasan dari UD ABC Vira emang beda kalau produk lainnya biasanya itu cuma pake plastik polos terus pakai kertas kecil itu, kalau di UD ABC Vira memakai sablonan yang bagus dan juga rapi selain dari kemasan, camilannya juga enak, isiannya banyak, tidak menguras kantong dan juga disini banyak sekali jenis atau produk yang dikeluarkan oleh UD ABC Vira sekitar 35 jenis varians.”<sup>44</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi selain dari camilannya enak, isiannya banyak, tidak menguras kantong UD ABC vira juga memiliki perbedaan yaitu dari kemasannya yang memakai sablonan. Memiliki perbedaan merupakan syarat yang harus ditekankan dalam berbisnis mulai dari segi kualitas maupun kuantitas dengan begitu konsumen dapat menilai kuatn atau kelebihan dalam bisnis yang sedang digeluti.

Dalam sebuah perilaku konsumen tidak hanya sekedar melakukan pembelian namun terdapat juga pembelian yang berulang. Kenyamanan pada sebuah tempat itu terjadi karena adanya kepedulian atau nilai tambah yang kita dapatkan. Seperti halnya hasil wawancara mengenai mengapa lebih memilih produk makanan ringan di UD ABC Vira dari pada produk tempat lain. Sehubungan dengan penjelasan yang diberikan oleh Bapak Sodikin menjelaskan:

“Karena kebutuhan yang dingikan oleh saya terpenuhi. Dimana saya

---

43 Misnanto (Pemilik Perusahaan), Wawancara, Jember 29 Desember 2022

44 Vira (Anak dari pemilik), Wawancara, Jember 03 Januari 2023

menjual kembali produk yang ada di UD ABC Vira, dengan jumlah produksi yang banyak saya tidak kebingungan akan kebuuhan saya. Ditambah pelayanan baik menjadi yang semakin nyaman melakukan pembelian disini.”<sup>45</sup>

Adapun penjelasan yang disampaikan oleh Bapak Agus, dimana beliau menjelaskan:

“Kalau dari situ yang membuat saya nyaman belanja disini bisa dari segi harga yang murah, produk makanan ringan memiliki banyak jenis, jumlah barang yang selalu tersedia. Jadi kita sebagai pembeli tidak kebingungan dari segi kebutuhan barang. Dan juga dari kemasan yang bagus dan rapi jadi terlihat menarik.”<sup>46</sup>

Sama halnya dengan penjelasan di atas, Bapak Soleh menjelaskan bahwa:

“Alasan kenapa saya selalu membeli kembali di UD ABC Vira karena dari segi harga yang terjangkau, banyaknya jenis produk, dari segi rasa yang enak, kemasan yang bagus, dan stok yang melimpah. Jadi dari situ saya merasa nyaman menjadi konsumen di UD ABC Vira.”<sup>47</sup>

Berdasarkan ketiga pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa ketertarikan konsumen dalam pembelian dapat dipicu dengan kenyamanan yang mereka dapatkan. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Agus, beliau menyampaikan alasan tetap menjadi konsumen UD ABC Vira kebutuhan yang beliau inginkan tercapai. Seperti harga yang murah, jenis produk makanan ringan yang banyak, ketersediaan barang yang tidak pernah kosong, rasa yang enak, dan kualitas kemasan yang bagus. Hal tersebut menjadi pemicu terjadinya perilaku konsumen menjadi loyal karena kebutuhan yang mereka inginkan tercapai.

---

45 Sodikin (Selaku Konsumen), Wawancara, Jember 25 Januari 2023

46 Agus (Selaku Konsumen), Wawancara, Jember 25 Januari 2023

47 Soleh (Selaku Konsumen), Wawancara, Jember 25 Januari 2023

## 2. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Makanan Ringan Kemasan.

Dalam menjalankan sebuah bisnis harus mengutamakan kejujuran dalam kegiatan bisnisnya. Dengan begitu konsumen tidak ragu akan melakukan pembelian di toko tersebut. Sehubungan dengan penjelasan tentang perihal apa saja yang ditekankan oleh produsen agar konsumen merasa nyaman. Seperti penjelasan yang dikemukakan oleh Bapak Sodikin, dimana beliau menjelaskan:

“Bagi saya kejujuran merupakan peran penting dalam melakukan apa saja. Kalau produsen tidak jujur dalam mendeskripsikan barang jualannya maka konsumen akan merasa tertipu dan tidak dihargai maka Konsumen enggan melakukan pembelian kembali di toko tersebut.”<sup>48</sup>

Adapun penjelasan dari Bapak Agus, dimana beliau menjelaskan bahwa:

“Kalau dari saya sendiri menekankan ramah dan jujur karena itu merupakan nilai tambah bagi saya saat produsen melayani konsumen dengan ramah, maka disitulah kenyamanan akan timbul.”<sup>49</sup>

Terdapat juga penjelasan yang dipaparkan oleh Bapak Soleh, dimana beliau menjelaskan:

“Selama produsen melakukan kejujuran itu saya sudah merasa aman dan nyaman, ramah kepada konsumen jangan cuek saat konsumen bertanya mengenai produk, produk yang berkualitas dan bersih. Jadi kita sebagai konsumen tau akan melakukan pembelian kembali jika aspek tersebut terpenuhi.”<sup>50</sup>

---

48 Sodikin (Selaku Konsumen), Wawancara, Jember 25 Januari 2023

49 Agus (Selaku Konsumen), Wawancara, Jember 25 Januari 2023

50 Soleh (Selaku Konsumen), Wawancara, Jember 25 Januari 2023

Berdasarkan ketiga pernyataan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kenyamanan akan timbul jika terdapat faktor-faktor yang terpenuhi seperti kejujuran. Kejujuran merupakan pondasi penting dalam melakukan kegiatan bisnis dengan adanya kejujuran konsumen akan merasa tidak tertipu akan produk yang produsen jual. Pelayanan yang ramah membuat konsumen nyaman dalam bertanya mengenai produk yang mereka inginkan.

Terdapat juga hasil penelitian di UD ABC Vira terkait dengan Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Faktor- Faktor Yang mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Makanan Ringan kemasan, Hal ini berdasarkan penjelasan dari Bapak Misnanto selaku Pemilik UD ABC Vira.

“Modal paling utama dari seorang pengusaha agar dipercaya oleh konsumen ialah kejujuran dari segi produk dan pelayanan yang baik. Dalam usaha kita sebagai umat islam pastinya berpedoman dengan agama islam kalau dari bapak sendiri kuncinya adalah doa dan kejujuran, karena dalam untuk memercayai ke pelanggan itu sangat sulit sehingga kejujuran menjadi faktor utama penentu keberhasilan pengusaha”<sup>51</sup>.

Hal tersebut juga dijelaskan dengan pernyataan dari Vira selaku anak dari pemilik UD ABC Vira yang menyatakan:

“Menurut saya pelayanan yang diberikan oleh UD ABC Vira cukup ramah, produk yang ditawarkan bervariasi dan harganya pun terjangkau. Yang paling terpenting adalah kejujuran dari perusahaannya sendiri baik dari pengolahan, pemasaran dan juga dari kemasan agar tidak ada kebohongan dan juga konsumen tidak merasa dirugikan. Dalam pandangan islam sendiri pengusaha atau penjualan ini harus jujur biar kedepannya berkah dan diparingi keberhasilan seperti sekarang ini”<sup>52</sup>.

---

51 Misnanto (Pemilik Perusahaan), Wawancara, Jember 29 Desember 2022

52 Vira (Anak dari pemilik), Wawancara, Jember 03 Januari 2023

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam tinjauan Islam sendiri yang harus di perhatikan dalam penjualan atau pengusaha yang paling utama adalah sebuah kejujuran dimana kejujuran tersebut adalah kunci dari kesuksesan, agar tidak ada kerugian antara kedua belah pihak.

### **C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan analisis data yang sudah dilakukan serta berdasarkan pada fokus masalah, maka dalam hal ini peneliti akan membahas temuan temuan di lapangan mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian di UD ABC Vira, sebagai berikut:

#### **1. Faktor- Faktor Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Makanan Ringan Kemasan.**

Menurut hasil wawancara bahwa faktor- faktor yang mempengaruhi dalam pembelian makanan ringan. Yang pertama dari harganya yang murah dan juga tidak menguras kantong, yang kedua isi dari camilannya banyak meskipun harganya murah tapi isian tidak sedikit, yang ketiga cocok disemua kalangan dari anak-anak sampai remaja, yang keempat dari kemasannya yang bagus menggunakan sablon dan ini merupakan perbedaan dari bungkusannya camilan camilan lainnya. Di UD ABC Vira ada 35 varians produk yang diolah dan juga disetiap harinya penjualan bisa 500 bal perhari, bahkan dalam 2 minggu terakhir perusahaan mampu memproduksi produk

kemasan baru, untuk satu pcs seharga 2000 rupiah saja, hal tersebut merupakan kemajuan penjualan perusahaan.

## **2. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Makanan Ringan Kemasan.**

Menurut hasil wawancara bahwa tinjauan islam yang paling berpengaruh bagi pengusaha adalah kejujuran, Dalam usaha kita sebagai umat islam pastinya berpedoman dengan agama islam kalau dari bapak sendiri kuncinya adalah doa dan kejujuran, karena dalam untuk mempercayai ke pelanggan itu sangat sulit sehingga kejujuran menjadi faktor utama penentu keberhasilan pengusaha. Dalam pemasaran dan juga dari kemasan agar tidak ada kebohongan dan juga konsumen tidak merasa dirugikan. Dalam pandangan Islam sendiri pengusaha atau penjualan ini harus jujur biar kedepannya berkah dan diberikan keberhasilan seperti sekarang ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli karena harganya yang murah, isi kemasan camilan banyak dan juga bungkus dari UD ABC Vira ini berbeda dari kalangan lainnya sehingga cocok disemua kalangan dari anak-anak sampai remaja.
2. Dalam pandangan Islam sendiri pengusaha atau penjualan ini harus jujur biar kedepannya berkah dan diberikan keberhasilan seperti sekarang ini. Sebagai umat islam pastinya berpedoman dengan agama islam yang mana kuncinya adalah doa dan kejujuran, karena dalam untuk memercayai ke pelanggan itu sangat sulit sehingga kejujuran menjadi faktor utama penentu keberhasilan pengusaha.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan, yaitu:

1. Sikap konsumen perlu mendapat perhatian bagi pihak penyedia kebutuhan camilan agar dapat mengembangkan perusahaan sehingga dapat bersaing dalam merebut pangsa pasar.
2. Disarankan kepada UD ABC Vira agar mempromosikan kembali produk yang terbaru agar lebih terkenal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al- Quran, QS: Al- Maidah Ayat 88
- Asih, Putri Sari, 2021. *Analisis faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk fastfood KFC di kota Sorong*, Jurnal Perkusi, Vol.1, No0.3.
- Basu Swastha dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern,(Yogyakarta, Liberty, 2008)
- Bilson Simamura. 2008. 'Membongkar Kotak Hitam'. Konsumen Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2005)
- Buchari Alma, Manajemen Pemasaran
- Dharmamesta. 2000. Riset Perilaku Konsumen. Cet.1. Jakarta
- Dharmawan winda putri, 2022, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian makanan pada aplikasi gojek, Jurnal Komunikasi dan Bisnis.
- Fauzan Hemmy, Putra irhamsyah, 2021. *Dinamika Konsumn Dalam Memilih Pembiayaan Rumah Skema Syariah*, Bandung: Media Sains Indonesia.
- Filipus Kotler, 1997 *Dasar-dasar Pemasaran- Prinsip dari Pemasaran*, edisi VII, Jakarta: Unikat majaya.
- I Wayan Suwendra, 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Nilacakra.
- Iza Muzakar, 2018, *Analisis Perilaku konsumen dalam pembelian makanan di kota Surakarta*, Jurna Ekonomi dan Bisnis
- Jeniver, suawa. 2019. *Analisis faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di new ayam bandung resto kawasan megamas manado*.
- Kanuk, S. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks
- Katona, 2003. *Manajemen Pemasaran Edisi 11 Jilid 2*, Ahli Bahasa: Benyamin Mulan. Jakarta.
- Keegan,warren J, 1997. *Manajemen Pemasaran Global*,Terjemahan Alexander sindoro.Jakarta: Jilid 1 dan 2, Prenhallindo.
- Keller, P.K (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kolter, Philips. 1997. *Manajemen Pemasaran: Benyamin Mulan*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philips dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lexy J Moleong, 1990. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moh. Nazir, 2011. *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Muharam, A.S, 2011. *Analisis Pengaruh Desaian Kemasan produk dan Daya Tarik Iklan terhadap dan Dapat pada Minat Konsumen : Universitas Diponegoro*
- Petrus, Paul J, 2000. *Konsumen Perilaku-Perilaku Konsumen dan Srategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2000)
- Putri, Sulastri Alaida, 2021. *Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian frozen food di UD mitra abadi kecamatan maduran*



- kabupaten lamongan, Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian.
- Safrin, Edy. 2019. Analisis Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap permintaan jagung pada tingkat rumah tangga di kecamatan Pasarwajo Kabupaten Buton, Jurnal Ekonomi.
- Setadi J. Nugroho. 2003. Perilaku konsumen, Jakarta: PT. Kharismaputra utama.
- Setioningtyas wadhayani puri, 2019, Analisis faktor-faktor perilaku konsumen terhadap produk makanan dan minuman lokal di kota Surabaya, Jurnal Studi manajemen dan Bisnis.
- Sugiyono, 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D, Bandung: Alfabeta
- Suryana, Kewirausahaan pedoman Praktisa: Kiat dan Proses Menuju Sukses, (Jakarta: Salemba Empat, 2006)
- Tim Penyusun, Pedoman penulisan Karya Ilmiah, (IAIN Jember)
- Tulus Setyo Imam Barozy, Faktor-faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian dirumah makan cepat saji mie kober Malang, Skripsi Ekonomi dan Bisnis 2018.
- Umadji, Nadhilah. 2019. Analisis faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian Roti di Bread Factory, Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Wahyuni, Tutik.2020. Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pudak di toko sari kelapa, Jurnal Trunojoyo.

### MATRIK PENELITIAN

| Judul  | Variabel  | Indikator  | Sumber Data  | Metode Penelitian   | Fokus Penelitian   |
|--|---|--|--|---|--|
| Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Makanan Ringan Kemasan Di UD. ABC Vira Sukorambi Jember | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsumen</li> <li>2. Keputusan Pembelian</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian Konsumen</li> <li>2. Perilaku Konsumen</li> <li>3. Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen</li> <li>1. Pengertian Keputusan Pembelian</li> <li>2. Tahapan proses keputusan Pembelian</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informan                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pemilik UD. ABC Vira Sukorambi Jember</li> <li>b. Bagian Packing UD. ABC Vira Sukorambi Jember</li> <li>c. Pembeli UD. ABC Vira Sukorambi Jember</li> </ol> </li> <li>2. Sumber Data Sekunder                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Buku</li> <li>b. Jurnal</li> <li>c. Artikel</li> <li>d. Internet</li> </ol> </li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendekatan penelitian: Pendekatan Kualitatif</li> <li>2. Jenis Penelitian: Kualitatif Naratif</li> <li>3. Teknik Pengumpulan Data:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Obervasi</li> <li>b. Wawancara</li> <li>c. Dokumentasi</li> </ol> </li> <li>4. Teknik Analisis Data                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pengumpulan Data</li> <li>b. Penyajian data</li> <li>c. Penarikan Kesimpulan</li> </ol> </li> <li>5. Keabsahan Data                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Triangulasi</li> <li>b. Bahan Referensi</li> </ol> </li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faktor faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan?</li> <li>2. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap faktor- faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian makanan ringan</li> </ol> |

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Haris Mafadi

NIM : E20182270

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Dusun Gumuk Gebang Nogosari Kec. Rambipuji Kab. Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan di UD. ABC Vira Sukorambi Jember"**. Benar-benar hasil karya tulis saya kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila ada kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan jadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 08 Agustus 2023



10000  
METERAL  
TEMPEL  
12CF7AJX674356688  
Haris Mafadi  
E20182270



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
 Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor : B-08.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/08/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Haris Mafadi  
 NIM : E20182270  
 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Makanan Ringan Kemasan Di UD. ABC Vira Sukorambi Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 07 Agustus 2023  
 An. Dekan  
 Kepala Bagian Akademik  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



*Syahrul Mulyadi*  
 Syahrul Mulyadi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
 Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/12/2022 26 Desember 2022  
 Lampiran : -  
 Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.  
 Kepala UD. ABC VIRA  
 Jl. Mujahir No.22 Desa Sukorambi Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Haris Mafadi  
 NIM : E20182270  
 Semester : IX (Sembilan)  
 Jurusan : Ekonomi Islam  
 Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan di UD. ABC Vira Sukorambi Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
 Wakil Dekan Bidang Akademik,  
  
 Nurul Widyawati Islami Rahayu

Jember, 07 Februari 2023

Hal : Surat Keterangan Selesai Melakukan Penelitian

Bersama ini memberikan keterangan bahwa mahasiswa yang tersebut dibawah ini :

Nama : Haris Mafadi

Nim : E20182270

Universitas : UIN KHAS JEMBER

Fakultas : FEBI

Prodi: Ekonomi Syariah

Judul Penelitian : Faktor Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian makanan ringan kemasan di UD. ABC Vira Sukorambi Jember

Telan selesai melakukan penelitian di UD. ABC Vira Sukorambi Jember




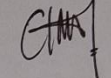


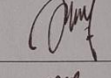

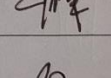

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 07 Februari 2023

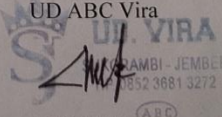


MISNANTO

**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN**

| NO  | Hari/Tanggal     | Kegiatan   | Paraf   |
|-----|------------------|--|---|
| 1.  | 25 Desember 2022 | Observasi mengenai objek penelitian  |    |
| 2.  | 28 Desember 2022 | Menyerahkan surat ijin penelitian kepada Bapak Misnanto selaku pemilik UD ABC Vira   |    |
| 3.  | 04 Januari 2023  | Wawancara dengan Bapak Misnanto selaku pemilik UD ABC Vira                           |    |
| 4.  | 09 Januari 2023  | Wawancara dengan Ibu Vira selaku Anak dari bapak Misnanto mengenai Penjualan perhari |    |
| 5.  | 13 Januari 2023  | Wawancara dengan Bapak Misnanto mengenai sejarah berdirinya UD ABC Vira              |    |
| 6.  | 18 Januari 2023  | Wawancara dengan Ibu Musrifah selaku istri dari pemilik UD ABC Vira                  |    |
| 7.  | 25 Januari 2023  | Wawancara dengan Bapak Harsono selaku pemborong di UD ABC Vira                       |   |
| 8.  | 30 Januari 2023  | Wawancara dengan Ibu Riska selaku pekerja di UD ABC Vira                             |  |
| 9.  | 02 Februari 2023 | Dokumentasi dengan bapak Misnanto selaku pemilik UD ABC Vira                         |  |
| 10. | 07 Februari 2023 | Pamitan sekaligus meminta surat selesai penelitian dari UD ABC Vira                  |  |

Jember, 06 Februari 2023  
UD ABC Vira

  
UD ABC VIRA  
RAMBI - JEMBER  
052 3681 3272  
MISNANTO

## **PEDOMAN WAWANCARA UD. ABC VIRA SUKORAMBI JEMBER**

1. Struktur Organisasi UD. ABC Vira sukorambi jember?
2. Apa saja produk (cemilan) yang ada di UD. ABC Vira?
3. Faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk membeli makanan ringan di UD. ABC Vira?
4. Apa saja faktor pendorong yang dialami oleh perusahaan?
5. Apa saja faktor penghambat yang dialami oleh perusahaan?
6. Jumlah produksi perusahaan UD. ABC Vira?
7. Apa yang paling diminati oleh pembeli?
8. Jumlah penjualan UD. ABC Vira perhari?
9. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap faktor faktor yang mempengaruhi konsumsi dalam pembelian makanan ringan?
10. Kegiatan operasional yang terjadi di UD. ABC Vira?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



## DOKUMENTASI PENELITIAN



Kegiatan wawancara dengan Bapak Misnanto



Kegiatan wawancara dengan Ibu Vira



Kegiatan pengemasan makanan ringan dalam plastik



Kegiatan di penggorengan makanan ringan



Wawancara dengan bapak Misnanto



Gudang Penyimpanan Makanan Ringan

## BIODATA PENULIS



### 1. Identitas Diri

Nama : Haris Mafadi  
 Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 07 Oktober 2000  
 Jenis Kelamin : Laki Laki  
 Agama : Islam  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
 Alamat : Dusun Gumuk Gebang RT 011 RW 020 Kec.  
 Rambipuji Kab. Jember  
 Telp : 085806134017  
 Email : arisafandi710@gmail.com

### 2. Riwayat Pendidikan

Perguruan Tinggi : UIN KHAS JEMBER (Tahun 2023)  
 SMA/MA : SMK Raudlatut Tholabah (Tahun 2018)  
 SMP/MTS : SMP Raudlatut Tholabah (Tahun 2015)  
 SD/MI : SDN Nogosari 03 (Tahun 2012)

### 3. Riwayat Organisasi

Pengurus Komunitas Kumpulan Mahasiswa Netral (KUMAN)  
 Anggota KSEI FEBI UIN KHAS Jember