

## Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian garam beryodium : suatu survai di Kabupaten Sukabumi

Ruflina Rauf, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20452765&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### <b>ABSTRAK</b><br>

Penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian garam beryodium, sehingga dapat diidentifikasi faktor-faktor yang membedakan konsumen dalam membeli garam beryodium dengan yang tidak membeli garam beryodium. Hasil penelitian pada akhirnya dapat dijadikan masukan untuk mengembangkan program Penanggulangan Gangguan Akibat Kekurangan Yodium secara umum dan strategi komunikasi pemasaran garam beryodium pada khususnya.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan dilaksanakan dengan metode survai di Kabupaten Sukabumi. Populasi penelitian adalah ibu rumah tangga dengan jumlah sampel sebesar 387 responden. Sampling dilakukan secara Multistage Stratified Random Sampling. Data digali dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan tentang karakteristik responden, komunikasi dan informasi, pengetahuan, sikap dan perilaku pembelian garam beryodium. Kemudian dianalisis secara univariat dan multivariat dengan menggunakan analisis diskriminan.

Hasil analisis diskriminan menunjukkan bahwa dari 16 variabel yang dianalisis, hanya ada 4 variabel yang mempengaruhi perilaku beli dan tidak beli garam beryodium, yaitu variabel ketersediaan sebagai discriminates the most, kemudian baru diikuti variabel sikap, komunikasi keluarga dan harga dengan nilai signifikan 0,05. Ketepatan prediksi dari model diskriminan adalah 75% yang termasuk dalam kategori ketepatan klasifikasi tinggi.

Analisis diskriminan juga menunjukkan bahwa perilaku beli dan tidak beli garam beryodium di daerah GAKY sedang, dipengaruhi oleh variabel sikap dan variabel rata-rata pengeluaran belanja makanan per bulan dengan nilai signifikan 0,05. Sedangkan untuk daerah endemik GAKY ringan, perilaku beli hanya dipengaruhi variabel sikap dan untuk daerah non endemik dipengaruhi oleh variabel ketersediaan dan variabel komunikasi keluarga.

Ketepatan prediksi dari model diskriminan adalah 68% untuk daerah endemik sedang, 64% untuk daerah endemik ringan dan 88% untuk daerah non endemik. Ketepatan prediksi ketiga daerah tersebut dapat dikatakan sebagai ketepatan klasifikasi tinggi.

#### <hr><i><b>ABSTRACT</b></i><br>

The objective of the survey is to know the influencing factors of consumer's behaviour in iodized salt buy, which may identify the factors of consumer differentiation to buy or not to buy iodized salt. The result of the survey at the end will be used as an input to develop "ic ::line deficiency disorder control" in general and specifically the communication strategy iodized salt marketing.

The survey has been conducted in quantitative approach and implemented in survey method in Sukabumi District. The survey population are household mothers with the total sample of 387 respondents. The sampling has been done in multistage Stratified Random Sampling. The data has been taken by questionnaires of the respondent's characteristic, information and communication, knowledge, attitude and practice of iodized salt buy. Then those questions were analyzed in univariate and multivariate by using discriminant analysis.

The result of the discriminant analysis showed that among the 16 analyzed variables only 4 variables were influenced by the practice of buy and not buy iodized salt, which was variable of availability as discriminates the most, then followed by variables of attitude, family communication and price with the significant value 0.05

The accurate prediction of the discriminant model is 75% which is high classification accurate category inclusively.

The discriminant analysis also proved that practice of buy and not buy the iodized salt in the moderate "Iodized deficiency disorder central" (GAKY) area. Was influenced by attitude variable and food expenditure average variable per month with the significant value 0.05. While in the mild GAKY endemic area, the practice of buy only influenced by availability variable and family communication variable.

The accurate prediction of discriminant model is 68% for moderate endemic area, 64% for mild endemic area and 88% for non endemic area. The accurate prediction of the three areas show the high classification accuracy.