

Analisis Teknologi Informasi, Perbedaan Perilaku Konsumen Dan Desain Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik, Imroatun Nabighoh, Ali Muhajir, Ana Fitriatul Bilgies, 2024, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan.

## ABSTRAK

Fenomena teknologi informasi, perbedaan perilaku konsumen dan desain kemasan produk masih berpengaruh pada keputusan pembelian UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik karena kurangnya strategi penjualan produk yang di hasilkan sehingga mengalami penurunan jumlah penjualan setiap tahunnya yang menjadikan perusahaan tahu dan tempe UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik kalah saing dalam strategi penjualan. Dalam penelitian ini adalah penelitian menggunakan survey dengan pendekatan explanatory research (penelitian penjelasan). Objek penelitian ini adalah variabel teknologi informasi, perilaku konsumen dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian di UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang membeli tahu dan tempe di UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik, sebesar 100 responden dengan jumlah sampel 80 responden yang diambil menggunakan menggunakan teknik sampling Purposive Sampling. Metode analisa yang digunakan yaitu uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji autokolerasi, uji normalitas, uji multikolinieritas, heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi (adjusted  $R^2$ ). Berdasarkan uji F yang telah dilakukan, maka didapat bahwa pengaruh antara variabel independen (teknologi informasi, perilaku konsumen dan desain kemasan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) adalah berpengaruh secara bersama-sama (simultan). Hal ini dapat dilihat pada uji F yang menunjukkan F hitung > F tabel atau  $90.738 > 2,70$  dan taraf signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti teknologi informasi (X1) Perilaku Konsumen (X2), dan Desain Kemasan (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Terdapat Nilai Sig  $0,005 < 0,05$   $H_0$  Di Tolak Artinya Ada Pengaruh Variabel Pembelian Teknologi Informasi, Perilaku Konsumen dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Di UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik. UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik perlu meningkatkan kualitas tahu dan tempe dan mempertahankan kualitasnya agar konsumen tetap puas dan akan merekomendasikan kepada teman atau keluarga untuk berkunjung di UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik.

Kata Kunci: teknologi informasi, Perilaku konsumen, desain kemasan dan keputusan pembelian

Analysis of Information Technology, Differences in Consumer Behavior and Product Packaging Design on Consumer Purchasing Decisions Ud Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik, Imroatun Nabighoh, Ali Muhajir, Ana Fitriatul Bilgies, 2024, Management Study Program, Faculty of Economics, Darul 'Ulum Lamongan Islamic University

## ABSTRACT

The phenomenon of information technology, differences in consumer behavior and product packaging design still influence purchasing decisions at UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik due to the lack of a sales strategy for the products produced, resulting in a decrease in the number of sales each year which makes the tofu and tempe company UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik less competitive in sales strategy. In this research, research uses a survey with an explanatory research approach. The object of this research is the variables of information technology, consumer behavior and packaging design on purchasing decisions at UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik. The population in this study were all consumers who bought tofu and tempeh at UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik, amounting to 100 respondents with a sample size of 80 respondents taken using the Purposive Sampling sampling technique. The analytical methods used are validity test, reliability test, classical assumption test, autocorrelation test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity, multiple linear regression analysis, t test, f test and coefficient of determination (adjusted  $R^2$ ). Based on the F test that has been carried out, it is found that the influence of the independent variables (information technology, consumer behavior and packaging design) on the dependent variable (purchasing decisions) is influenced simultaneously (simultaneously). This can be seen in the F test which shows  $F_{count} > F_{table}$  or  $90,738 > 2.70$  and a significant level of  $0.000 < 0.05$  which means information technology (X1) Consumer Behavior (X2), and Packaging Design (X3) together – equally influences purchasing decisions. There is a Sig value of  $0.005 < 0.05$ .  $H_0$  is rejected, meaning that there is an influence of information technology purchasing variables, consumer behavior and packaging design on purchasing decisions at UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik. UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik needs to improve the quality of tofu and tempeh and maintain its quality so that consumers remain satisfied and will recommend to friends or family to visit UD Khoiriatul Ujung Pangkah Gresik.

Keywords: information technology, consumer behavior, packaging design and purchasing decisions