SKRIPSI

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMBAL KAISAR DI KOTA PONTIANAK

OLEH:

NURISKA SEPSI
NIM. C1021221037

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2026

SKRIPSI

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMBAL KAISAR DI KOTA PONTIANAK

OLEH:

NURISKA SEPSI
NIM. C1021221037

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2026

SKRIPSI

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMBAL KAISAR DI KOTA PONTIANAK

OLEH:

NURISKA SEPSI
NIM. C1021221037

Skripsi Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana dalam Bidang Pertanian

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2026

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMBAL KAISAR DI KOTA PONTIANAK

Tanggung Jawab Yuridis Material pada:

NURISKA SEPSI
NIM. C1021221037

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 30 Juni 2026 Berdasarkan SK Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Tanjungpura Nomor: 4328/DST/UN22.3/HK.03/2026 Tanggal 24 Juni 2026

Tim Penguji:

Pembimbing Pertama	Pembimbing Kedua
Dr. Dra. Eva Dolorosa, MM, M.Sc, CMA	Dr. Dewi Kurniati, SP, MM
NIP. 196707151994032005	NIP. 197708102000122001

Penguji Pertama	Penguji Kedua
Dr. Ir. Erlinda Yurisinthae, MP	Josua Parulian Hutajulu, S.Si., MM
NIP. 197001031994022001	NIP. 196812161994021001

Disahkan Oleh:
Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura

Prof. Dr. Ir. Hj. Denah Suswati, MP, IPU
NIP. 196505301989032001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Produk Sambal Kaisar di Kota Pontianak" adalah karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang dikutip dari karya yang diterbitkan dan maupun yang tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Saya melimpahkan hak cipta dari skripsi saya kepada Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.

Pontianak, Juli 2026

Penulis

Nuriska Sepsi

NIM. C1021221037

MOTTO

"*Dan Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya*". (QS. Al-'Alaq:5)

"Seperti Samudra yang tak bertepi, ilmu adalah lautan luas tempat akal berlayar. Skripsi ini hanyalah perahu kecil yang kubawa mengarungi gelombang, dengan layar kesabaran dan dayung keikhlasan, hingga akhirnya kutemukan pantai pemahaman".

"*Dan sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar*". (QS. Al-Baqarah:153)

"Skripsi ini bukan sekedar laporan penelitian, tetapi perjalanan jiwa: di mana lelah menjadi guru, gagal menjadi nasihat, dan sabar menjadi kawan".

RIWAYAT HIDUP



Nuriska Sepsi dilahirkan di Desa Entikong, Kecamatan Entikong, Kabupaten Sanggau, Provinsi Kalimantan Barat, pada tanggal 16 September 2004, sebagai anak tunggal dari pasangan Bapak Jufri dan Ibu Norharayem. Pendidikan formal penulis dimulai di SD Negeri 12 Entikong dan diselesaikan pada tahun 2016. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Entikong dan lulus pada tahun 2019. Pendidikan menengah atas ditempuh di SMA Negeri 1 Sekayam dan berhasil diselesaikan pada tahun 2022.

Pada tahun 2022, penulis dinyatakan lulus melalui jalur SBMPTN dan diterima sebagai mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura, Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Sebagai bagian dari persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian, penulis menyusun skripsi berjudul "*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sambal Kaisar di Kota Pontianak*". Penelitian tersebut dibimbing oleh Ibu Dr. Dra. Eva Dolorosa, MM, M.Sc, CMA., selaku pembimbing utama dan Ibu Dr. Dewi Kurniati, SP, MM., sebagai pembimbing pendamping. Proses ujian skripsi melibatkan Ibu Dr. Ir. Erlinda Yurisinthae, MP., sebagai penguji pertama dan Bapak Josua Parulian Hutajulu, S.Si., MM., sebagai penguji kedua.

Selain mengikuti kegiatan perkuliahan, penulis juga melaksanakan kegiatan magang di Dinas Pangan, Pertanian, dan Perikanan Kota Pontianak. Selama kegiatan magang, penulis melakukan pengamatan harga pangan pokok di Pasar Kemuning, menginput data harga pangan, serta membantu beberapa kegiatan yang berkaitan dengan bidang pangan dan pertanian. Melalui kegiatan tersebut, penulis memperoleh pengalaman dan wawasan mengenai pemantauan harga pangan serta peran pemerintah daerah dalam menjaga kestabilan pangan.

Pengalaman selama masa perkuliahan, kegiatan magang, dan penelitian memberikan pengetahuan serta wawasan bagi penulis dalam bidang agribisnis, khususnya terkait pemasaran dan pangan.

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul *"*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Produk Sambal Kaisar di Kota Pontianak dengan *Brand Image* sebagai Variabel Moderasi*."* Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya konsumsi makanan pedas di Indonesia yang menjadikan sambal sebagai pelengkap makanan sehari-hari. Kondisi tersebut menciptakan peluang bagi UMKM pengolahan sambal, termasuk Sambal Kaisar. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar pelaku usaha dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat..

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian produk Sambal Kaisar di Kota Pontianak serta peran *brand image* dalam memoderasi hubungan tersebut. Penelitian dilakukan pada 100 konsumen Sambal Kaisar di Kota Pontianak dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya dan faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sambal Kaisar di Kota Pontianak. Faktor sosial merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, faktor pribadi dan faktor psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian serta tidak mampu memoderasi pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa faktor budaya dan faktor sosial merupakan faktor yang berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian produk Sambal Kaisar di Kota Pontianak, dengan faktor sosial sebagai variabel yang memberikan pengaruh paling besar. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memfokuskan strategi pemasaran pada aspek budaya konsumsi masyarakat dan pengaruh lingkungan sosial untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sambal Kaisar di Kota Pontianak"** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi di Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk Sambal Kaisar di Kota Pontianak. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis, peneliti selanjutnya, serta pelaku usaha dalam memahami perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Sambal Kaisar di Kota Pontianak.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan, doa, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Hj. Denah Suswati, MP, IPU selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Novira Kusrini, SP., M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Tanjungpura.
3. Dr. Imelda, SP., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Tanjungpura.
4. Dr. Dra. Eva Dolorosa, MM, M.Sc, CMA., selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan berharga selama penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Dewi Kurniati, SP, MM., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang juga telah memberikan bimbingan, motivasi, serta masukan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Ir. Erlinda Yurisinthae, MP., selaku Dosen Penguji Pertama yang telah memberikan saran, kritik, dan masukan yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.

7. Josua Parulian Hutajulu, S.Si., MM., selaku Dosen Penguji Kedua yang telah memberikan arahan, kritik, dan masukan yang sangat bermanfaat demi perbaikan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staf akademik di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan ilmu serta dukungan dalam proses perkuliahan.
9. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, motivasi, dan semangat tanpa henti.
10. Rekan-rekan mahasiswa Agribisnis yang selalu memberikan dukungan serta kebersamaan selama menempuh pendidikan di Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan penelitian ini. Semoga ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Pontianak, Juli 2026

Penulis,

Nuriska Sepsi
NIM C1021221037

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I. PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan 5
BAB II. KERANGKA PEMIKIRAN 6
A. Tinjauan Pustaka 6
B. Penelitian Terdahulu 13
C. Kerangka Konsep 17
D. Hipotesis 19
BAB III. METODE PENELITIAN 20
A. Jenis Penelitian 20
B. Tempat dan Waktu Penelitian 20
C. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data 20
D. Populasi dan Sampel 22
E. Variabel Penelitian 25
F. Definisi Operasional Variabel 28
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN 40
BAB V. PENUTUP 74
A. Kesimpulan 74
B. Saran 75
DAFTAR PUSTAKA 77
LAMPIRAN 82

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Penelitian Terdahulu 14
Tabel 2. Jumlah Penduduk per Kecamatan di Kota Pontianak Tahun 2025 22
Tabel 3. Skala Pengukuran Likert 28
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel Penelitian 29
Tabel 5. Karakteristik Responden 42
Tabel 6. Analisis Deskriptif Variabel Faktor Budaya 47
Tabel 7. Analisis Deskriptif Variabel Faktor Sosial 48
Tabel 8. Analisis Deskriptif Variabel Faktor Pribadi 49
Tabel 9. Analisis Deskriptif Variabel Faktor Psikologis 51
Tabel 10. Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (Brand Image) 52
Tabel 11. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 53
Tabel 12. Nilai Average Varience Extracted (AVE) 56
Tabel 13. Hasil Uji HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*) 57
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas 58
Tabel 15. Hasil Uji Nilai R Square 59
Tabel 16. Hasil Uji Effect Size (f^2) 59
Tabel 17. Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2) 61
Tabel 18. Hasil Uji SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) 61
Tabel 19. Hasil Uji Path Coefficients 62

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian 18
Gambar 2. Diagram model SEM..... 35
Gambar 3. Lokasi Penelitian 40
Gambar 4. Outer Model 55

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 82
Lampiran 2.. Hasil Kuesioner Responden Sambal Kaisar 90
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Konvergen dengan Outer Loading 101
Lampiran 4. Nilai Cross Loading 103
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian 105

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki kuliner yang beragam, dan makanan pedas termasuk yang paling digemari masyarakat (Puspitasari, 2020). Hingga saat ini, sambal tetap menjadi bagian penting dalam kehidupan kuliner masyarakat Indonesia (Sucy et al., 2025). Dalam perspektif agribisnis, usaha sambal jadi, termasuk Sambal Kaisar, melibatkan berbagai pihak, mulai dari petani cabai, pedagang, industri pengolahan, hingga konsumen akhir. Seiring dengan berkembangnya industri makanan olahan, konsumsi sambal kemasan terus mengalami peningkatan. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai merek sambal dengan variasi rasa, tingkat kepedasan, dan kemasan yang dipasarkan melalui pasar tradisional, toko modern, serta platform digital. Tingginya permintaan tersebut membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menciptakan produk sambal yang inovatif dan berkualitas (Tongkonoo et al., 2025).

Di Kalimantan Barat, salah satu produk sambal lokal yang cukup dikenal adalah Sambal Kaisar yang diproduksi oleh UMKM Kaisar di Desa Pangkalan II, Kecamatan Sungai Raya Kepulauan, Kabupaten Bengkayang. Produk ini mulai dikenal melalui berbagai saluran pemasaran, seperti pasar tradisional, toko modern, dan platform digital. Sambal Kaisar dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan sambal lokal dengan ciri khas rasa, diproduksi secara rumahan, dan berbeda dari merek nasional berskala besar. Bahan utama sambal ini adalah cabai rawit, air, garam, bawang, cuka, dan bumbu, tanpa zat pewarna sintetis. Awalnya, Sambal Kaisar hanya dipasarkan di Kota Singkawang, kemudian menyebar ke beberapa kabupaten dan mulai dikenal di luar Kalimantan Barat melalui produk oleh-oleh. Namun, informasi mengenai penerimaan konsumen, persepsi rasa, kualitas, dan alasan pembelian masih terbatas (Agrinda et al., 2024), sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana produk ini diminati oleh konsumen.

Produksi cabai di Indonesia tergolong tinggi dan menjadi komoditas penting bagi industri pangan. Pada tahun 2024, produksi cabai rawit nasional

mencapai sekitar 1,56 juta ton (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2024). Kalimantan Barat juga memiliki konsumsi cabai rawit yang cukup tinggi, yaitu 0,785 kilogram per kapita per tahun (BPS Kalimantan Barat, 2024). Kota Pontianak dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan pusat ekonomi terbesar di Kalimantan Barat serta memiliki jumlah penduduk tertinggi. Permintaan masyarakat terhadap sambal dan makanan pedas juga cukup besar, sehingga Pontianak menjadi pasar yang strategis untuk melihat bagaimana sambal lokal diterima konsumen. Dengan jumlah penduduk sekitar 682,9 ribu jiwa, kebutuhan masyarakat terhadap cabai dan produk olahannya cukup besar. Pasokan cabai berasal dari sentra produksi lokal maupun dari luar provinsi saat produksi tidak mencukupi, menunjukkan peluang yang baik bagi industri sambal lokal, termasuk Sambal Kaisar (Sapriyadi et al., 2025).

Budaya konsumsi sambal di Indonesia tidak hanya berkaitan dengan tingkat kepedasan, tetapi juga menjadi bagian dari kebiasaan makan sehari-hari masyarakat. Sambal sering dianggap sebagai pelengkap wajib dalam berbagai jenis makanan, baik di rumah tangga maupun saat makan di luar. Di Kalimantan Barat, khususnya Kota Pontianak, sambal berbahan dasar cabai rawit memiliki tingkat konsumsi yang cukup tinggi karena sesuai dengan selera masyarakat yang menyukai rasa pedas. Kebiasaan ini membentuk preferensi konsumen dalam memilih sambal, termasuk dalam menentukan merek sambal kemasan yang dianggap sesuai dengan cita rasa dan kebiasaan konsumsi mereka.

Meskipun Sambal Kaisar telah dikenal di Kota Pontianak, jangkauan pemasarannya masih relatif terbatas. Sambal olahan ini lebih banyak dijual melalui pasar tradisional, toko modern, dan sebagian melalui media sosial. Berdasarkan informasi dari pemilik dalam pemberitaan media, ide pembuatan Sambal Kaisar mulai muncul pada tahun 2006 dan awalnya diproduksi secara rumahan. Namun, belum diketahui secara jelas faktor apa yang paling dominan memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli Sambal Kaisar di Kota Pontianak. Dalam praktiknya, keputusan pembelian sambal melibatkan berbagai pertimbangan konsumen sebelum akhirnya suatu produk dipilih. Oleh karena itu, penelitian terhadap Sambal Kaisar diperlukan untuk memahami bagaimana konsumen membuat keputusan saat membeli sambal lokal ini.

Di tengah meningkatnya jumlah produk sambal kemasan di pasaran, konsumen memiliki berbagai pilihan, baik sambal merek nasional maupun sambal lokal. Sambal merek nasional umumnya diproduksi dalam skala besar dengan jangkauan distribusi luas serta citra merek yang telah dikenal secara nasional, dengan rasa yang cenderung distandarkan dan kemasan yang seragam. Sebaliknya, sambal lokal, termasuk Sambal Kaisar, memiliki karakteristik yang lebih dekat dengan selera dan budaya konsumsi masyarakat setempat. Sambal Kaisar menawarkan cita rasa pedas khas cabai rawit yang sesuai dengan kebiasaan makan masyarakat Kota Pontianak serta membangun citra merek sebagai produk lokal yang autentik dan mudah dijangkau. Kedekatan budaya dan persepsi konsumen terhadap keaslian rasa lokal inilah yang menjadi alasan utama pemilihan Sambal Kaisar sebagai objek penelitian, karena diduga memengaruhi keputusan pembelian secara berbeda dibandingkan sambal merek nasional.

Berbagai penelitian sebelumnya mengenai produk sambal masih terbatas pada variabel umum, seperti kualitas produk, harga, dan promosi. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Aisyah dan Ramadhan, (2025) meneliti pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen Sambal Nagih di Pontianak. Namun, penelitian tersebut belum menggali motivasi, persepsi kualitas, atau sikap konsumen secara mendalam. Sementara itu, penelitian oleh (Gunibala et al., 2024), fokus pada inovasi produk berbahan dasar cumi-cumi, tetapi tidak membahas faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, belum terdapat penelitian yang secara khusus menganalisis pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian pada produk sambal lokal di Kota Pontianak.

Citra merek merupakan gambaran atau kesan yang dimiliki konsumen terhadap suatu produk atau merek (Victor et al., 2026). Citra merek yang baik dapat membuat konsumen lebih percaya dan yakin untuk membeli suatu produk. Bagi produk UMKM seperti Sambal Kaisar, citra merek menjadi penting karena produk ini harus bersaing dengan berbagai merek sambal lain yang sudah lebih dikenal masyarakat. Sambal Kaisar memiliki ciri khas sebagai produk lokal

Kalimantan Barat dengan rasa pedas cabai rawit yang sesuai dengan selera masyarakat setempat. Namun, belum diketahui sejauh mana konsumen di Kota Pontianak memiliki kesan dan penilaian positif terhadap merek Sambal Kaisar. Citra merek yang positif diduga dapat memperkuat pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian. Konsumen yang memiliki kebiasaan mengonsumsi sambal, memperoleh rekomendasi dari lingkungan sekitar, memiliki kebutuhan pribadi, atau motivasi tertentu akan lebih terdorong untuk membeli Sambal Kaisar apabila mereka memiliki citra yang baik terhadap merek tersebut.

Selain faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, persepsi konsumen terhadap merek juga berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Citra merek yang positif dapat meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk, terutama pada produk lokal yang bersaing dengan merek nasional. Dalam Sambal Kaisar, citra merek diduga dapat memperkuat pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini juga mempertimbangkan citra merek sebagai variabel moderasi dalam menganalisis keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini perlu dilakukan karena informasi mengenai keputusan konsumen dalam membeli Sambal Kaisar masih terbatas dan belum dianalisis secara spesifik berdasarkan faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dengan mempertimbangkan peran citra merek sebagai variabel moderasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai perilaku konsumen serta menjadi dasar bagi UMKM dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat agar Sambal Kaisar mampu bersaing di pasar lokal.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian Sambal Kaisar di Kota Pontianak?

2. Apakah *Brand Image* mampu memoderasi hubungan antara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dengan keputusan pembelian Sambal Kaisar di Kota Pontianak?

C. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian Sambal Kaisar di Kota Pontianak.
2. Menganalisis peran *Brand Image* sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dengan keputusan pembelian Sambal Kaisar di Kota Pontianak.