

ABSTRAK

PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI IKAN NILA

Oleh
RIMA NURALFI
145009037

Dibawah bimbingan :
Dedi Djuliansah, Ir., M.P
Suyudi, S.P., M.P

Perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan membeli ikan nila, untuk mengkaji faktor – faktor dan variabel – variabel dominan yang dipertimbangkan dalam keputusan membeli ikan nila di Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya. Lokasi penelitian dilaksanakan di Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* yaitu sebanyak 73 orang pembeli. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis faktor. Hasil analisis menunjukkan ada empat faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli ikan nila. Keempat faktor tersebut berdasarkan urutan yang paling dominan dipertimbangkan konsumen adalah faktor produk (23,189 %), faktor tempat (19,288 %), faktor harga (13,543 %) dan faktor promosi (10,328 %). Variabel – variabel yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam membeli ikan nila untuk faktor produk adalah variabel ukuran (*factor loading* sebesar 0,824), faktor tempat adalah variabel jarak (*factor loading* sebesar 0,961), faktor harga adalah variabel harga (*factor loading* sebesar 0,820) dan faktor promosi adalah variabel pelayanan (*factor loading* sebesar 0,775)

Kata kunci : Ikan Nila, Perilaku Konsumen, Bauran Pemasaran.