

ABSTRAK

PERILAKU KONSUMEN BUAH LOKAL DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Putri Maida

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah lokal, sikap konsumen terhadap buah lokal dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian buah lokal di Bandar Lampung. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan Maret 2017. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 orang ibu rumah tangga yang memenuhi kriteria yaitu sedang membeli buah lokal. Tujuan pertama dianalisis dengan analisis deskriptif, tujuan ke dua dan ke tiga dianalisis dengan Model Multiatribut Fishbein dan analisis faktor. Tahapan pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen buah lokal melalui pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Sikap konsumen memberi nilai tertinggi terhadap buah jeruk. Analisis faktor menunjukkan bahwa ada tiga komponen faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian buah lokal. Komponen faktor yang pertama dinamakan faktor kesesuaian harga, komponen faktor kedua dinamakan faktor daya tarik dari buah lokal, sedangkan komponen ketiga dinamakan faktor pengaruh orang lain.

Kata Kunci: analisis faktor, buah lokal, perilaku konsumen, proses pengambilan keputusan, sikap

ABSTRACT

CONSUMER BEHAVIOUR OF THE LOCAL FRUITS IN BANDAR LAMPUNG CITY

Oleh

Putri Maida

This research aimed to analyze the consumer's decision-making process in purchasing local fruits, attitudes toward local fruits, and factors that affected decision on purchasing local fruits in Bandar Lampung. The research data was collected in February to March 2017. The sampling technique used in the research was accidental sampling. The number of respondents was 60 housewife respondents, who met the criteria of fruits buyers. The first aim was analyzed by descriptive analysis. The second and third aims were analyzed by Fishbein Multi Atribut model and factor analysis. The result showed that purchasing decisions of local fruits through stages of the need recognition, information search, evaluation of alternative, purchase, and post purchase behavior. The consumers gave the highest value of attitude to the orange fruits. The factor analysis showed that there were three dominant component factors that influenced purchasing decisions of local fruits. The first component factor named as the price conformity factor, the second factor was the attraction of local fruits, and the third factor was others'influence factor.

Keywords : attitude, consumer behavior, decision making, factor analysis, local fruits