

## **ABSTRACT**

### **CONSUMER BEHAVIOR IN PURCHASING SIGER RICE AT WOMEN FARMERS GROUP MELATI PEKON MARGOSARI KECAMATAN PAGELARAN UTARA**

**By**

**Novia Setyaningrum**

This study aims at analyzing consumers attitudes towards attributes of Siger Rice, consumer decision-making processes in the purchase of Siger Rice and dominant factors that influence the decision in purchasing Siger Rice. Data collection was conducted from January to April 2019. The sampling technique used in the study was snowballing sampling. The number of samples in this study were 38 housewives who met the criteria of buying and consuming Siger Rice. The first objective was analyzed by the Fishbein Multiattribute Model, the second objective was analyzed by qualitative descriptive analysis and the third objective was analyzed by analysis of the main components. The results showed that the taste attribute got the highest attitude score of 18,96, while the ease of obtaining attribute had the lowest attitude score of 11,87. The process of making Siger Rice purchase decisions by consumers through all stages, the need recognition, information searching, evaluation of alternative, purchase decisions and post-purchase evaluation. There are three dominant components that influence the purchasing decision of siger rice, the price conformity, attractiveness and habit.

**Keywords:** Analysis of main components, consumer attitudes, consumer behavior, siger rice.

## **ABSTRAK**

### **PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS SIGER DI KELOMPOK WANITA TANI MELATI PEKON MARGOSARI KECAMTAN PAGELARAN UTARA**

**Oleh**

**Novia Setyaningrum**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap atribut Beras Siger, proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian Beras Siger dan faktor-faktor dominan yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian Beras Siger. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan April 2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah *snowballing sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 38 orang ibu rumah tangga yang memenuhi kriteria yaitu membeli dan mengkonsumsi Beras Siger. Tujuan pertama dianalisis dengan Model Multiatribut Fishbein, tujuan ke dua dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif dan tujuan ketiga dengan analisis komponen utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut rasa mendapat skor sikap tertinggi sebesar 18,96, sementara atribut kemudahan memperoleh mendapat skor sikap terendah sebesar 11,87. Proses pengambilan keputusan pembelian Beras Siger oleh konsumen melalui semua tahap, yaitu tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian Beras Siger. Terdapat tiga komponen dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian Beras Siger antara lain kesesuaian harga, daya tarik dan kebiasaan.

Kata kunci : Analisis komponen utama, Beras Siger, perilaku konsumen, sikap konsumen