

ABSTRACT

FACTORS INFLUENCING CONSUMER DECISION MAKING IN PURCHASE *SHIRATAKI* RICE

By

RAHMADIAH NOERLATIEFAH

The purpose of this study was to analyze consumer characteristics, analyze consumer decision-making processes in purchasing shirataki rice, and analyze the factors that can influence the purchase of shirataki rice. This study uses a descriptive method using the *google form* tool in data collection. Data collection was taken in several places, namely Chandra Superstore Tanjung Karang, Gelael Lampung, and Tugu Market. Data collection was carried out in January-February 2023 using the survey method. The sample of this study consisted of 70 people consisting of men and women who met the criteria, namely having bought and consumed shirataki rice for at least the last month. Research data were analyzed descriptively and statistically by testing validity, reliability, and principal component analysis. Respondent characteristics of shirataki rice are consumed by female sex with age range 25-31 years (44.29%), consumers who consume S1 education (67%), entrepreneurial work (34%) with purchase of shirataki rice done online (45, 7%), income of IDR 3,000,000-IDR 5,000,000 (31%), frequency of purchases if needed (54%), weight of shirataki rice packaging (50%), year of first consumption since 2020 (31%), Lampung tribe (36%) with the brand of shirataki konnyaku rice (92.8%). The results showed that the process of making a decision to purchase shirataki rice by consumers went through all stages, namely the stages of need recognition, information search, alternative evaluation, purchase decision and post-purchase evaluation. There are three factors that can influence the buying decision of named shirataki rice: place factor, product factor, and attractiveness factor.

Keywords: consumer behavior, *shirataki* rice, purchase decision principal component analysis

ABSTRAK

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS *SHIRATAKI*

Oleh

RAHMADIAH NOERLATIEFAH

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis karakteristik konsumen, menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras *shirataki*, dan menganalisis faktor-faktor yang dapat memengaruhi pembelian beras *shirataki*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan alat *google form* dalam pengambilan data. Pengambilan data diambil di beberapa tempat, yaitu Chandra *Superstore* Tanjung Karang, Gelael Lampung, dan Pasar Tugu. Pengambilan data dilakukan pada bulan Januari-Februari 2023 dengan metode survei. Sampel penelitian ini berjumlah 70 orang terdiri dari laki-laki dan perempuan yang memenuhi kriteria, yaitu pernah membeli dan mengonsumsi beras *shirataki* minimal satu bulan terakhir. Data penelitian dianalisis secara deskriptif dan statistik dengan uji validitas, reliabilitas, dan analisis *principal component*. Karakteristik responden beras *shirataki* dikonsumsi oleh jenis kelamin perempuan dengan rentang usia 25-31 tahun (44,29%), konsumen yang mengonsumsi pada pendidikan S1 (67%), pekerjaan wirausaha (34%) dengan pembelian beras *shirataki* dilakukan secara *online* (45,7%), pendapatan sebesar Rp3.000.000-Rp5.000.000 (31%), frekuensi pembelian bila diperlukan (54%), dengan berat kemasan beras *shirataki* (50%), tahun awal mengonsumsi sejak 2020 (31%), suku lampung (36%) dengan merek beras *shirataki konnyaku* (92,8%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian beras *shirataki* oleh konsumen melalui semua tahap, yaitu tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Terdapat tiga faktor yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan pembelian beras *shirataki* yang dinamai: faktor tempat, faktor produk, dan faktor daya tarik.

Kata kunci: perilaku konsumen, beras *shirataki*, pengambilan keputusan pembelian, analisis *principal component*