

Andri Mulyadi NIM. 10.03.2.1.1.00018. Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Mi Instan di Kabupaten Bangkalan. Dibawah bimbingan Dr. Elys Fauziyah, SP., MP dan Taufik Rizal Dwi A. N, SP., MM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen mi instan, mengidentifikasi proses keputusan pembelian, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mi instan dan atribut-atribut yang dapat mempengaruhi pembelian mi instan. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bangkalan menggunakan metode cluster random sampling, dengan jumlah responden 60 orang. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis faktor dan analisis konjoin. Hasil penelitian diperoleh bahwa konsumen sebagian besar konsumen berusia 15-24 tahun dengan jumlah anggota keluarga 1-5 orang, pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA), berkerja sebagai pedagang/wiraswasta dengan penghasilan Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000. pada proses keputusan pembelian mi instan meliputi beberapa tahap yakni pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Analisis faktor menunjukan ada tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu pribadi, demografi dan sosial ekonomi. Sedangkan kombinasi atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli mi instan adalah bahan kemasan plastik, harga Rp. 1.500, bentuk mi bulat, bentuk kemasan kotak, rasa mi gurih, ukuran besar 100gr dan warna mi kuning.

Kata kunci : preferensi konsumen, mi instan, analisis faktor, analisis konjoin

Andri Mulyadi NIM. 10.03.2.1.1.00018. Consumer Preference Purchasing of Noodless Instan in Bangkalan Regency. Under the guidance of Dr. Elys Fauziyah, SP., MP And Taufik Rizal Dwi A. N, SP., MM.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know consumer characterization of instant noodles, to identify the decision process of purchasing, to factors analyze that influence the purchasing decision of instant noodles and to analyze attributes that can influence this instant noodles purchasing. This research is done in Bangkalan regency uses cluster random sampling method with 60 people as respondents. Data analysis uses descriptive analysis, factor analysis and conjoint analysis. The result of research is gotten that most of consumer is 15-24 years old with 1-5 people of the amount of family member, the last education is senior high school, working as merchant/entrepreneur with the salary Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000. In the decision process of instant noodles purchasing, it includes several steps, they are the necessary recognition, information seeking, alternative evaluation, purchasing decision, and behavioral after purchasing. Factor analysis shows there are three factors that influence the purchasing decision, they are personal, demography and social economic. While attribute combination that is considered by consumer in buying instant noodles is the substance of plastic sachet, the price is Rp. 1.500, circular shape of noodles, box shape of sachet, the taste of delicious noodles, big size 100gr and the color of noodles is yellow.

Keyword : consumer preference, instant noodles, factor analysis, conjoint analysis