

## ABSTRAK

**Andre Chandika Farhan (Dibimbing oleh: Ine Maulina dan Atikah Nurhayati Ditelaah oleh: Asep Agus Handaka Suryana). 2023. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias Air Tawar di Pasar Gedebage (Studi Kasus Sentra Ikan Hias Bandung, Kota Bandung).**

Riset ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik konsumen dan faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian ikan hias air tawar di Sentra Ikan Hias Bandung. Metode yang digunakan dalam riset adalah studi kasus dengan menggunakan statistika deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara dan observasi. Karakteristik konsumen dan jumlah pengunjung dianalisis secara deskriptif, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan *software* SmartPLS 3.2.9 dengan skala likert. Hasil dari riset menunjukkan bahwa mayoritas konsumen ikan hias air tawar di Sentra Ikan Hias Bandung memiliki karakteristik konsumen, yaitu pada kategori usia muda dengan pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa serta pada usia pekerja awal dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta, wirausaha dan wirausaha yang memiliki penghasilan kurang dari Rp. 1.500.000 dan lebih dari Rp. 3.500.000 per bulannya. Konsumen membeli ikan hias air tawar sebanyak 1-5 ekor per bulannya dengan frekuensi pembelian satu kali perbulan dan anggaran dana untuk membeli ikan hias air tawar kurang dari Rp. 100.000. Konsumen yang membeli ikan hias air tawar di Sentra Ikan Hias Bandung sudah memelihara ikan lebih dari lima tahun (sebelum pandemi covid-19) dan mayoritas ikan yang biasa dibeli oleh konsumen ialah Cupang (*Betta sp.*), Channa (*Channa sp.*) dan Koi (*Cyprinus rubrofuscus*). Faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan hias air tawar di Sentra Ikan Hias Bandung adalah faktor psikologis (*psychological factors*) dan promosi (*promotion*).

**Kata Kunci:** Ikan Hias Air Tawar, Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen, PLS-SEM, SmartPLS

## ***ABSTRACT***

**Andre Chandika Farhan (Supervised by: Ine Maulina and Atikah Nurhayati Prober by: Asep Agus Handaka Suryana). 2023. Consumer Behavior Analysis Towards Purchase Decision of Freshwater Ornamental Fish at Gedebage Market (Study Case of Sentra Ikan Hias Bandung, Bandung City).**

This research aims to analyze the characteristics of consumers and factors that influence consumers on purchasing decisions of freshwater ornamental fish at the Bandung Ornamental Fish Center. The method used in research is a case study using descriptive statistics. Data collection techniques used were questionnaires, interviews, and observation. The characteristics of consumers and the number of visitors were analyzed descriptively. The factors influencing purchasing decisions were analyzed using the Partial Least Square – Structural Equation Modeling (*PLS-SEM*) method using SmartPLS 3.2.9 software with a Likert scale. The results of the research show that the majority of freshwater ornamental fish consumers in the Bandung Ornamental Fish Center have consumer characteristics, namely in the young age category with work as students and at the age of early workers with jobs as private employees, self-employed, and entrepreneurs who have income less than Rp. 1.500.000 and more than Rp. 3.500.000 per month. Consumers buy 1-5 freshwater ornamental fish with a purchase frequency of one time per month, and the budget for buying freshwater ornamental fish is less than Rp. 100,000. Consumers who purchase freshwater ornamental fish at the Bandung Ornamental Fish Center have been raising fish for more than five years (before the covid-19 pandemic), and the fish commonly purchased by consumers are Betta (*Betta sp.*), Channa (*Channa sp.*), and Koi (*Cyprinus rubrofasciatus*). The results showed that the factors that influencing consumer purchase decision to buy freshwater ornamental fish at the Bandung Ornamental Fish Center are psychological factors and promotion.

**Keywords:** Consumer Behavior, Freshwater Ornamental Fish, Purchase Decision, PLS-SEM, SmartPLS