

## SKRIPSI

### ABSTRAK

Dara Tasya Zallika Dachlan (Dibimbing oleh: Ine Maulina dan Yuniar Mulyani). 2023. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Ikan Konsumsi di Pasar Tradisional Ciwastra Kota Bandung.

Perilaku konsumen dipelajari untuk mengetahui perilaku dan sikap konsumen dalam membeli suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik dan perilaku konsumen serta menganalisis hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan konsumen membeli ikan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2022 sampai Juni 2023 di Pasar Tradisional Ciwastra Kota Bandung. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dan dianalisis dengan model regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, variabel bebas meliputi budaya ( $X_1$ ), sosial ( $X_2$ ), pribadi ( $X_3$ ), psikologi ( $X_4$ ), harga ( $X_5$ ), pendapatan ( $X_6$ ), jumlah tanggungan ( $X_7$ ), dan selera ( $X_8$ ) dan variabel terikatnya adalah keputusan membeli ( $Y$ ). Variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan untuk konsumsi di Pasar Tradisional Ciwastra. Sedangkan secara parsial, faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli ikan untuk konsumsi di Pasar Tradisional Ciwastra adalah faktor budaya ( $X_1$ ), faktor psikologi ( $X_4$ ), faktor harga ( $X_5$ ), faktor pendapatan ( $X_6$ ), faktor jumlah tanggungan ( $X_7$ ), dan faktor rasa ( $X_8$ ). Faktor perilaku konsumen yang paling dominan mempengaruhi keputusan membeli ikan untuk dikonsumsi di Pasar Tradisional Ciwastra adalah faktor psikologi ( $X_4$ ).

Kata kunci: *Ikan Konsumsi, Pasar Tradisional, Perilaku Konsumen*

## REVIEW ARTICLE

### ABSTRACT

Consumer behavior is studied to determine consumer behavior and attitudes in purchasing a product. This research aims to analyze the characteristics and behavior of consumers and analyze the relationship between the factors that influence consumer behavior on consumer decisions to buy fish for consumption. This research was conducted from December 2022 to April 2023 at the Ciwastra Traditional Market, Bandung City. The method used is case study method. The sampling technique used the accidental sampling method and analyzed with multiple linear regression models.

In this study, the independent variables include culture ( $X_1$ ), social ( $X_2$ ), personal ( $X_3$ ), psychology ( $X_4$ ), price ( $X_5$ ), income ( $X_6$ ), number of dependents ( $X_7$ ), and tastes ( $X_8$ ). The dependent variable is the decision to buy ( $Y$ ). The independent variables simultaneously have a significant effect on the decision to buy fish for consumption at the Ciwastra Traditional Market. Meanwhile, partially, the factors that significantly influence the decision to buy fish for consumption at the Ciwastra Traditional Market are cultural factor ( $X_1$ ), psychological factor ( $X_4$ ), price factor ( $X_5$ ), income factor ( $X_6$ ), dependent factor ( $X_7$ ), and taste factor ( $X_8$ ). The most dominant consumer behavior factor influencing the decision to buy fish for consumption at the Ciwastra Traditional Market is the psychological factor ( $X_4$ ).

*Keywords: Consumer behavior, Fish for consumption, Traditional Market*