

## ABSTRAK

Keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen, proses pengambilan keputusan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian buah-buahan lokal di pasar wilayah Kota Kabupaten Jember. Data diperoleh dari 50 responden dengan metode analisis deskriptif dan analisis multialtribut fishbein. Hasil analisis menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli buah-buahan lokal di pasar wilayah Kota Kabupaten Jember adalah sebagai berikut: (1) Karakteristik konsumen yang membeli buah-buahan lokal di pasar wilayah kota Kabupaten Jember adalah mayoritas berjenis kelamin perempuan, berdasarkan usia yakni pada pasar tradisional usia 25-34 tahun dan pasar modern usia 15-34 tahun, Berdasarkan jumlah anggota keluarga memiliki 3 anggota keluarga, berdasarkan Pendidikan terakhir yakni pasar tradisional (D3-S1), pasar modern (SMA), Berdasarkan pendapatan pada pasar tradisional (Rp. 2.000.000-Rp. 3.000.000), pasar modern (<Rp. 500.000). (2) Proses pengambilan keputusan pembelian buah-buahan lokal pada pasar di wilayah kota Kabupaten Jember ada beberapa tahap, yaitu 1) Pengenalan kebutuhan : a. Bermotivasi aman bagi kesehatan. b. Manfaat yang diharapkan pada pasar tradisional untuk mewujudkan gaya hidup sehat sedangkan pada pasar modern sebagai pemenuhan gizi. 2) Pencarian informasi mayoritas dari informasi keluarga. 3) Evaluasi alternatif, konsumen mempertimbangkan manfaat setelah mengkonsumsi buah-buahan lokal. 4) Keputusan pembelian mayoritas menjawab terencana dalam membeli buah-buahan lokal. 5) Sikap pasca pembelian, konsumen pada pasar tradisional (puas) dan pada pasar modern (sangat puas). (3) Berdasarkan analisis multi atribut Fishbein terhadap buah-buahan lokal, maka dalam membeli buah-buahan lokal konsumen akan melihat atribut buah-buahan seperti, harga, kesegaran, kecerahan warna, kebersihan buah, dan ketersediaan. Dari data Ao total didapat bahwa konsumen pada pasar wilayah kota Kabupaten Jember mendapat interpretasi puas dengan nilai 89,86 pada pasar tradisional dan 95,41 pada pasar modern.

Kata kunci: Analisis fishbein, keputusan pembelian, pasar, sikap konsumen.

## ABSTRACT

*Consumer purchasing decisions are actions taken by consumers to buy a product. Every producer must carry out various strategies so that consumers decide to buy their products. The purpose of this study was to identify consumer characteristics, consumer decision-making processes and factors that influence consumer decisions in purchasing local fruits in the market area of the City of Jember Regency. Data were obtained from 50 respondents with descriptive analysis method and fishbein multi-attribute analysis. The results of the analysis show that consumer decisions in buying local fruits in the market area of the City of Jember Regency are as follows: (1) The characteristics of consumers who buy local fruits in the market area of the City of Jember Regency are the majority of women, based on age, namely in the market. traditional markets aged 25-34 years and modern markets aged 15-34 years, Based on the number of family members have 3 family members, based on the latest education, namely traditional markets (D3-S1), modern markets (SMA), Based on income from traditional markets (Rp. 2,000,000-Rp. 3,000,000), modern market (<Rp. 500,000). (2) The decision-making process to buy local fruits at the market in the city area of Jember Regency consists of several stages, namely 1) Introduction of needs: a. Motivated safe for health. b. The expected benefit in traditional markets is to realize a healthy lifestyle, while in modern markets it is to fulfill nutrition. 2) Search for information the majority of family information. 3) Evaluation of alternatives, consumers consider the benefits after consuming local fruits. 4) The majority of purchasing decisions answered planned in buying local fruits. 5) Post-purchase attitude, consumers in traditional markets (satisfied) and modern markets (very satisfied). (3) Based on Fishbein's multi-attribute analysis of local fruits, in buying local fruits consumers will look at fruit attributes such as price, freshness, color brightness, fruit cleanliness, and availability. From the results of the total Ao data, it was found that consumers in the Jember Regency city market were interpreted as satisfied with the value of 89.86 in the traditional market and 95.41 in the modern market.*

*Keywords: Fishbein analysis, purchasing decisions, market, consumer attitudes.*