

## ABSTRAK

Perilaku konsumen diperlukan sebagai bahan informasi bagi pedagang dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen. buah-buahan memiliki arti penting bagi konsumen, oleh karena itu komoditas ini memiliki nilai ekonomi yang besar bagi sektor agribisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perilaku konsumen, menentukan proses pengambilan keputusan pembelian dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian buah-buahan di kios wilayah kota Jember. Data diperoleh dari 75 responden dengan menggunakan metode *convenience sampling* dan diteliti dengan analisis sikap (Ab), analisis norma subjektif (SN), analisis perilaku konsumen (B~BI) dan analisis faktor. Hasil analisis menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam membeli buah-buahan di kios wilayah kota Jember adalah sebagai berikut: (1) pada kios Wilayah Kaliwates (kios Sari Buah), berada dalam perilaku pasti iya, yang dipengaruhi oleh atribut buah-buahan; (2) pada kios Wilayah Sumpster (kios Pandawa), pasti iya perilaku yang dipengaruhi oleh atribut buah-buahan; (3) pada kios Wilayah Patrang (barokah), berada dalam perilaku pasti iya, yang dipengaruhi oleh atribut buah-buahan. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian buah-buahan di wilayah kota Jember berturut-turut adalah faktor harga (harga sesuai manfaat dan harga lebih terjangkau), faktor produk (keyakinan, motivasi dan persepsi), faktor distribusi (ketersediaan, pelayanan penjual dan lokasi) , faktor budaya (kebiasaan konsumsi), faktor individu (usia, Pendidikan, pekerjaan dan gaya hidup) dan faktor sosial (keluarga, teman dekat dan rekan kerja).

Kata kunci : analisis faktor, keputusan pembelian, kios buah, perilaku konsumen

## ABSTRACT

*Consumer behavior is needed as information material for traders in order to identified consumer needs. Fruits have an important meaning for consumers, therefore this commodity has great economic value for the agribusiness sector. This study aims to identify consumer behavior, determine the purchasing decision-making process and analyze the factors that influence the buying behavior of fruits at the store in the city of Jember. Data were obtained from 75 respondents of convenience sampling method and examined by attitude analysis (Ab), subjective norm analysis (SN), consumer behavior analysis (B~BI) and factor analysis. The results of the analysis show that the consumer behavior in buying fruit at the store in the city of Jember is as follows: (1) at the store in the Kaliwates (Sari Buah), the behavior is definitely yes, which is influenced by the attributes of the fruit; (2) at the Summersari (Pandawa store of fruits), it is certain that behavior is influenced by the attributes of the fruit; (3) at the Patrang (Barokah store of fruits), the behavior is definitely yes, which is influenced by the attributes of the fruit. The factors that influence consumers in making decisions to purchase fruits in the city of Jember are the price factor (price according to benefits and more affordable prices), product factors (beliefs, motivations and perceptions), distribution factors (availability, seller service), and location, cultural factors (consumption habits), individual factors (age, education, occupation and lifestyle) and social factors (family, close friends and coworkers).*

*Keywords: consumer behavior, factor analysis, fruit stalls, purchasing decisions*

