

**ANALISA PERILAKU KONSUMEN KERUPUK KUNING UBI KAYU
MEREK “LENTO 3T” DI KECAMATAN KOTO XI TARUSAN
KABUPATEN PESISIR SELATAN**

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober – November 2011. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisa perilaku konsumen Kerupuk Kuning Ubi kayu Merek “Lento 3T” di Kecamatan Koto XI Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode studi kasus (*case study*). Sampel diambil dengan teknik *Accidental Sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 orang, yaitu konsumen yang membeli Kerupuk Kuning Ubi kayu Merek “Lento 3T” di Kecamatan Koto XI Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder.

Hasil penelitian yang diperoleh bahwa konsumen Kerupuk Kuning Ubi kayu Merek “Lento 3T” mayoritas perempuan berumur 36 – 50 tahun, memiliki latar belakang pendidikan SMA, bekerja sebagai pedagang dan ibu rumah tangga dengan penghasilan berkisar antara Rp 500.000 – Rp 1.500.000. Status perkawinan, konsumen umumnya sudah menikah. Konsumen melakukan pembelian Kerupuk Kuning Ubi kayu merek “Lento 3T” umumnya 2 kali dalam seminggu dengan jumlah < 3 bungkus dengan berat isi sebanyak 180 gram perbungkus. Konsumen melakukan pembelian atas saran diri sendiri dan atas keputusan pribadi dengan mengutamakan rasa.

Atribut yang sebaiknya diperbaiki perusahaan yaitu kehigienisan dan kemasan produk dengan mencantumkan tanda legalitas halal, terdaftar di Badan POM, komposisi, isi bersih dan batas expire. Tingkat loyalitas konsumen berada pada tingkat *Liking the Brand* (menyukai produk) yaitu apabila konsumen menyukai produk maka umumnya tidak ada alasan bagi konsumen untuk beralih ke produk lain kecuali bila ada faktor – faktor penarik yang kuat.

Untuk dapat meningkatkan persepsi dan loyalitas konsumen industri sebaiknya memperhatikan dan memperbaiki atribut kehigienisan dan kemasan, karena atribut ini dianggap penting bagi konsumen dan belum sesuai dengan yang diharapkan.

Padang, 28 Desember 2011

**CONSUMER'S BEHAVIOUR OF KERUPUK KUNING UBI KAYU
MEREK "LENTO 3T" AT KECAMATAN KOTO XI TARUSAN PESISIR
SELATAN DISTRICT**

ABSTRACT

This case study aims to analize consumer's behaviour of Kerupuk Kuning Ubi kayu Merek "Lento 3T" at Kecamatan Koto XI Tarusan. There were 60 consumers interviewed whom were chosen a Accidentally.

The consumers are mostly female in 36-50 age, have high school education background, are working as traders, have income range from Rp 500.000 – to Rp 1.500.000, and – are mostly married. They buy Kerupuk Kuning Ubi kayu Merek "Lento 3T" twice a week in average with less than 3 packs each for 180 gram in size. They decide to buy by themselves due to its flavor.

The producer needs to enhance product quality through improving higienity and packing. It has to put halal, Badan POM, weight and expire date lable. Consumer's behaviour is in liking the brand level who have no reason for buying others without any stronger attractiveness.