

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN PAKAN TERNAK UD. ARMADA DI KINTAMANI,
BANGLI**

Oleh

Ni Ketut Eny Widiadnyani, 1517011082

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian dan mencari faktor-faktor yang dominan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian pakan ternak UD. Armada di Kintamani. Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian kuantitatif menggunakan rancangan penelitian faktorial. Populasi penelitian adalah konsumen langganan tetap UD. Armada sejumlah 181 orang sampel dia diambil menggunakan teknik sampel insidental. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus slovin sebanyak 65 konsumen. Data penelitian diperoleh dari hasil kuisioner dan dianalisis menggunakan analisis faktor. Program yang digunakan adalah SPSS 24.00 for Windows. Hasil penelitian menjelaskan bahwa aktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian pakan ternak di UD. Armada di Kintamani adalah faktor harga dengan nilai *variance* 42,839% faktor sosial dengan nilai *variance* 15,019% , faktor promosi dengan nilai *variance* 12,118% faktor budaya dengan nilai *variance* 10,418%, faktor produk dengan nilai varians 9,439%, faktor distribusi dengan nilai *variance* sebesar 6,566% dan faktor pribadi dengan nilai *variance* 3,601%. Perilaku konsumen dalam pembelian pakan ternak UD titik Armada di Kintamani paling dominan dipengaruhi oleh faktor harga dengan protection yakni sebesar 42,839%.

Kata kunci : perilaku pembelian dan pakan ternak

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence consumer behavior in purchases and factors that had a dominant influence on the consumer behavior in the purchase of animal feed in UD ARMADA at Kintamani. This type of research was quantitative research with factorial research design. The population were UD ARMADA permanent customers reach 181 people sample consumers taken using Incidental Sampling. The research sample was determined using the Slovin formula of 65 people UD ARMADA permanent customers. Data collection used questionnaire and analyzed using factor analysis supported by SPSS 24.0 for Windows program. The result of the study explained that the factors that influence on the consumer behavior in the purchase of animal feed in UD ARMADA at Kintamani is price factor with a variance of 42,839%, social factor with a variance of 15,019%, promotion factor with a variance of 12,118%, cultural faktor with a variance of 10,418%, product factor with a variance of 9,439%, distribution factor with a variance of 6,566% and personal factor with a variance of 3,601%. The most dominant factor affect the consumer behavior in the purchase of animal feed in UD ARMADA at Kintamani was factor of the price with a varimax rotation of 42.839%.

Keywords: purchasing behavior, animal feed.