

**Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan
Pembelian Daging Beku di Outlet Best Meat (PT. Ciomas Adisatwa)
Kabupaten Jember**

Moh. Mahbub Maulidy
Program Studi Manajemen Bisnis Unggas
Jurusan Peternakan

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor perilaku konsumen dalam keputusan pembelian daging beku di outlate Best Meat. Metode yang digunakan adalah survei dengan teknik *purposive sampling*. Terdapat 4 tempat sebagai lokasi pengambilan data. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor sosial (X_1), faktor budaya (X_2), faktor pribadi (X_3), dan faktor psikologis (X_4) berpengaruh secara serempak dan signifikan terhadap keputusan pembelian daging beku di outlate Best Meat (PT. Ciomas Adisatwa) Kabupaten Jember, dimana $F_{hitung} 18,118 > F_{tabel} 2,54$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara parsial dari variabel bebas (faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologis) yang memiliki pengaruh positif dan signifikan hanya faktor psikologis, dimana faktor psikologis memperoleh nilai t hitung sebesar $3,922 > t$ tabel $2,004$ dan nilai Sig $0,000 < 0,05$. Faktor psikologis merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging beku di outlate Best Food PT. Ciomas Adisatwa Kabupaten Jember, dimana t hitung sebesar $3,922 > t$ tabel $2,004$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$

Kata Kunci: Daging beku, Best Meat, Keputusan Pembelian.

***Analysis Of Faktors That Influence Consumer Behavior in Frozen Meat
Purchase Decisions At Outlet Best Meat (PT. Ciomas Adisatwa)
District Jember***

Moh. Mahbub Maulidy
*Poultry Agribisnis Study Program
Departement of Animal Science*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine consumer behavior factors in frozen meat purchasing decisions in the Best Meat outlet. The method used is a survey with a purposive sampling technique. There are 4 places as data collection locations. Analysis of the data used is descriptive analysis. The results showed that social factors (X1), cultural factors (X2), personal factors (X3), and psychological factors (X4) simultaneously and significantly influenced the decision to purchase frozen meat in outlet Best Meat (PT. Ciomas Adisatwa) of Jember Regency, where $F_{count} 18.118 > F_{table} 2.54$ with a significance of $0.000 < 0.05$. Partially from the independent variables (social factors, cultural factors, personal factors, psychological factors) which have a positive and significant influence only psychological factors, where psychological factors obtain a t-value of $3.922 > t_{table} 2.004$ and a Sig value of $0.000 < 0.05$. Psychological factors are the most dominant factors influencing the purchase decision of frozen meat in the outlet of Best Food PT. Ciomas Adisatwa, Jember Regency, where t arithmetic was $3,922 > t_{table} 2,004$ and significance value (Sig.) $0,000 < 0,05$

Keywords: Frozen Meat, Best Meat, Purchasing Decisions.