

INTISARI

Kebutuhan bawang merah sebagai bahan pangan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan, peningkatan yang signifikan ini menjadikan bawang merah setiap tahunnya sangat dicari oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut dominan yang digunakan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian bawang merah di pasar modern dan tradisional Jakarta Timur dan faktor-faktor yang menentukan perilaku konsumen terhadap bawang merah di pasar modern dan tradisional Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan analisis Multiatribut Fishbein dan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Urutan atribut dari yang paling dominan yang digunakan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian bawang merah di Pasar Modern di Jakarta Timur adalah manfaat, ukuran, kesegaran, aroma, dan harga sementara Urutan atribut dari yang paling dominan yang digunakan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian bawang merah di Pasar Tradisional adalah manfaat, kesegaran, harga, ukuran, dan aroma. Faktor yang paling menentukan perilaku konsumen terhadap bawang merah di Pasar Modern dan Tradisional di Jakarta Timur adalah faktor pribadi yakni pendapatan konsumen.

Kata Kunci : Bawang merah, perilaku konsumen, analisis multiatribut fishbein, analisis faktor, pasar modern, pasar tradisional

ABSTRACT

The need for shallot as a food from year to year has increased significantly, this significant increase makes shallot every year is very sought by the community. This study aims to determine the dominant attributes used by consumers to make purchasing decisions on shallots in modern and traditional markets in East Jakarta and the factors that determine consumers' behavior toward shallot in modern and traditional markets of East Jakarta. This study used Fishbein Multiatribut analysis and factor analysis. The results show that the sequence of attributes of the most dominant used by consumers to make purchasing decisions of shallot in Modern Market in East Jakarta are the benefits, size, freshness, aroma, and temporary price The order of attributes of the most dominant used by consumers to make purchasing decisions shallot in Traditional Market is benefit, freshness, price, size, and aroma. The most determining factor of consumer behavior toward onion in modern and traditional market in East Jakarta is personal factor that is consumer income.

Keywords: *Shallot, consumer behavior, modern market, traditional market*