

ANALISA PERILAKU KONSUMEN TENTANG KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MAKANAN OLAHAN DI RESTAURANT
SEAFOOD BATAVIA, MALANG

ARTIKEL SKRIPSI
PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN

Oleh :
FAJAR HADIWIJAYA
0710840029



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2011

ANALISA PERILAKU KONSUMEN TENTANG KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MAKANAN OLAHAN DI RESTAURANT
SEAFOOD BATAVIA, MALANG

ARTIKEL SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perikanan Pada
Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya

Oleh:
FAJAR HADIWIJAYA
NIM 0710840029

Dosen Pembimbing I,

Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP.
NIP. 19660604 199002 2 002

Menyetujui,

Dosen Pembimbing II,

Dr.Ir. Nuddin Harahap, MP.
NIP. 19610417 199003 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan SEPK

Dr.Jr. Nuddin Harahap, MP.
NIP. 19610417 199003 1 001



ANALISA PERILAKU KONSUMEN TENTANG KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MAKANAN OLAHAN DI RESTAURANT
SEAFOOD BATAVIA, MALANG

Fajar Hadiwijaya¹, Harsuko Riniwati², Nuddin Harahab²

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui dan mempelajari Karakteristik konsumen produk olahan restaurant Seafood Batavia, Malang, (2) Motivasi konsumen produk olahan restaurant Seafood Batavia, Malang. (3) Tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian produk olahan restaurant Seafood Batavia, Malang. (4) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk olahan restaurant Seafood Batavia, Malang. Jenis penelitian deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif dengan teknik pengambilan data melalui survey. Analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Pegolahan data menggunakan program SPSS 17 for windows. hasil penelitian menyatakan bahwa karakteristik konsumen yang mengkonsumsi produk olahan di restaurant ini adalah mayoritas para keluarga dan kalangan pengusaha yang ingin mengadakan pertemuan di restaurant ini. Sedangkan yang memotivasi konsumen untuk datang dan membeli produk olahan di restaurant ini lebih di dominasi secara rasional dengan persentase 53,3 %. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dalam pembelian produk di restaurant ini adalah hasil yang ditentukan oleh strategi pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Ketanggungan). Dari hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Persamaanya adalah $Y = 1,731 + 1,751X_1 - 1,250 X_2 + 1,484 X_3 + 1,135 X_4 + 1,985 X_5 + e$.

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Restaurant, Perilaku konsumen, Seafood, Batavia

¹ Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan dan Ilmu Kelautan Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan fakultas perikanan Universitas Brawijaya, Malang.

²Dosen Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Universitas Brawijaya



**ANALISA PERILAKU KONSUMEN TENTANG KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MAKANAN OLAHAN DI RESTAURANT
SEAFOOD BATAVIA, MALANG**

Fajar Hadiwijaya¹, Harsuko Riniwati², Nuddin Harahab²

ABSTRACT

Purpose of this research is (1) to know and study the characteristics of consumer products processed seafood restaurant Batavia , Malang, (2) Motivation of consumer products processed Seafood restaurant Batavia, Malang. (3) levels of consumer satisfaction in the purchase of refined products Seafood restaurant Batavia, Malang. (4) The factors that affect customer satisfaction with products processed Seafood restaurant Batavia, Malang. Type of descriptive study with qualitative and quantitative descriptive techniques of data collection through surveys. Analysis of this study used linear regression analysis. Data analysis using SPSS 17 for windows. Results of research is that the characteristics of consumers who consume the product processed at this restaurant is the majority are for families and businessmen who want to hold a meeting in this restaurant. While that motivate consumers to come and buy the products processed at this restaurant over the dominance of the rational with the percentage of 53.3%. Factors that influence satisfaction in purchasing the product at this restaurant is determined by the strategy of marketing (Product, Price, Location, Promotion and Responsiveness). From the results of multiple linear regression analysis can be seen how much influence the independent variables affect the dependent variable. Persamaanya is $Y = 1.731 + 1.751 X_1 - 1.250 X_2 + 1.484 X_3 + 1.135 X_4 + X_5 + 1.985 e$.

Key words: Customer Satisfaction, Restaurant, Consumer behavior,Seafood, Batavia

¹ Student Socio economic Fisheries and Marine Science Program of Social Studies Economics Fisheries Fisheries Brawijaya University faculty, Malang.

² Lecturer Program of Social Studies Economics Fisheries Brawijaya University

