

ABSTRAK

META KRISMAHYANTI. 2024. Analisis Perilaku Konsumen pada Pembelian Ikan Asin Jambal Roti di Desa Pangandaran. Di bawah bimbingan **Iwan Setiawan** dan **Jeti Rachmawati**.

Desa Pangandaran merupakan daerah pariwisata yang terkenal dengan pantai dan hasil lautnya. Salah satu produk khasnya adalah ikan asin jambal roti, terbuat dari ikan manyung dengan tekstur unik dan aroma khas. Banyaknya wisatawan yang membeli ikan asin jambal roti menciptakan peluang usaha bagi penduduk lokal. Namun persaingan yang ketat dan pedagang ikan asin yang belum mementingkan perilaku konsumen membuat penjualan ikan asin jambal roti kurang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik dan perilaku konsumen pada pembelian ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran yang dilakukan di Desa Pangandaran pada bulan Juni 2024. Penelitian ini didesain secara kualitatif dengan menggunakan metode survey. Data primer dikumpulkan dari 80 orang sampel konsumen yang dipilih dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dan diwawancara secara terstruktur dengan alat bantu kuesioner serta menggunakan rancangan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen berdomisili di Bandung, berusia lebih dari 40 tahun, jenis kelamin perempuan, berpendidikan terakhir S1 dan bekerja sebagai PNS/Guru/ Dosen dengan penghasilan bulanan Rp.3.100.000 - Rp.5.500.000. Konsumen menunjukkan kecenderungan membeli lebih dari 1 kg, karena dilabel kuliner khas Pangandaran, harga produk masih dipandang wajar atau standar, informasi diperoleh dari teman atau keluarga (*word of mouth*), membeli langsung setelah mendapatkan informasi, membandingkan kualitas produk sebelum membeli, mengutamakan rasa, merasa puas dengan pengalaman membeli dan tetap membeli meskipun harga naik. Sarannya, jaga dan tingkatkan mutu produk, promosikan sebagai kuliner khas melalui media sosial, jaga harga jual agar tetap stabil, selalu ramah dalam pelayanan, lakukan inovasi produk terus menerus dan gunakan teknologi modern untuk pemasaran.

Kata Kunci: Jambal roti, Kuliner, Pangandaran, Perilaku konsumen, Wisata.

ABSTRACT

META KRISMAHYANTI. 2024. *Consumer Behavior Analysis on the Purchase of Salted Jambal Roti Fish in Pangandaran Village.* Under guidance of **Iwan Setiawan and Jeti Rachmawati.**

Pangandaran Village is famous about beaches and seafood. A signature product is jambal roti, made from manyung fish, with a unique texture and distinctive aroma. The high demand for jambal roti among tourists creates business opportunities for local residents. However, increasingly fierce competition is hypothesized to have affected consumer behavior. This study aims to analyze the characteristics and behavior of consumers of salted fish jambal roti in the east coast market of Pangandaran Village in June 2024. This study is designed qualitatively using the survey method. Primary data were collected from a sample of 80 consumers who were selected using the accidental sampling technique and interviewed in a structured manner with questionnaire. The results of the study show that the majority of consumers are domiciled in Bandung, over 40 years old, female, educated last S1 and work as civil servants/teachers/lecturers with a monthly income of Rp.3,100,000 - Rp.5,500,000. Consumers show a tendency to buy more than 1 kg, because it is labeled as a typical Pangandaran culinary, product prices are still considered reasonable or standard, information is obtained from friends or family (word of mouth), buy directly after getting information, compare product quality before buying, prioritize taste, feel satisfied with the buying experience and still buy even if the price rises. The advice is to maintain and improve product quality, promote it as a typical culinary through social media, keep the selling price stable, always make a good service, make continuous product innovation and use modern technology for marketing.

Keywords: Consumer behavior, Culinary, Jambal roti, Pangandaran, Tour,