

ANALISA PERILAKU KONSUMEN PRIA DAN WANITA DALAM PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI

Istiani Yunia Rossiyani, Rofiah, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : perilaku konsumen

Abstraksi :

Perilaku konsumen merupakan hal yang harus diperhatikan untuk seorang produsen, dengan mengetahui perilaku konsumen yang sangat beragam dari para konsumen maka produsen dapat menyediakan produk tertentu sesuai dengan keinginan para konsumen. Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh harga, kualitas, jasa purnajual yang diberikan. Untuk mengetahui perilaku konsumen tersebut maka disebarakan kuesioner kepada 50 responden yang terdiri dari responden pria dan wanita pada Mahasiswa/i Institut Pertanian Bogor. Dalam penulisan ilmiah ini digunakan alat analisa Chi Square. Uji Chi Square yang diperoleh dari hasil keseluruhan yaitu 4,281 lebih kecil dari nilai Chi Square table yaitu 9,487 sehingga kesimpulan hipotesis yang dapat di ambil yaitu menerima H_0 dan menolak H_a dengan demikian kesimpulannya tidak ada perbedaan antara pria dan wanita dalam pembelian makanan cepat saji.