

ABSTRAK

Lase, Hendriwan Novan Berkat. 2025. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Eiger di Toko Eiger Kota Gunungsitoli. Skripsi. Dosen Pembimbing. Yupiter Mendrofa, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena perilaku konsumen yang bervariasi dalam pengambilan keputusan pembelian produk Eiger di Toko Eiger Kota Gunungsitoli, terutama di tengah pesatnya perkembangan toko *online* dan persaingan harga dari toko serba ada seperti Mr. DIY. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen serta memahami proses pengambilan keputusan pembelian produk Eiger. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor internal, seperti motivasi pribadi, gaya hidup aktif di kegiatan luar ruang, serta faktor eksternal berupa citra merek yang kuat, kualitas produk yang tinggi, rekomendasi sosial dari keluarga dan teman, dan pelayanan toko yang ramah dan informatif. Dalam pengambilan keputusan pembelian, konsumen cenderung melakukan pencarian informasi, membandingkan merek dan harga, serta mempertimbangkan pengalaman positif sebelumnya sebelum akhirnya memutuskan membeli. Proses yang rasional ini turut mendorong pembelian ulang dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga membangun loyalitas konsumen terhadap produk Eiger. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen toko dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar lokal.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Pengambilan Keputusan, Pembelian Produk

ABSTRACT

Lase, Hendriwan Novan Berkat. 2024. *Analysis of Consumer Behavior in Purchase Decision-Making of Eiger Products at Eiger Store in Gunungsitoli City*. Mini Thesis. Supervisor. Yupiter Mendrofa, S.E., M.M.

This research is motivated by the phenomenon of diverse consumer behavior in making purchase decisions for Eiger products at the Eiger Store in Gunungsitoli City, particularly amid the rapid growth of online stores and price competition from general stores such as Mr. DIY. This study aims to identify the factors influencing consumer behavior and to understand the process of purchase decision-making for Eiger products. The method employed is descriptive qualitative, with data collection techniques comprising in-depth interviews, observation, and documentation. The findings indicate that consumer behavior is influenced by internal factors, such as personal motivation and an active lifestyle in outdoor activities, as well as external factors including a strong brand image, high product quality, social recommendations from family and friends, and friendly and informative store service. In the decision-making process, consumers tend to search for information, compare brands and prices, and consider previous positive experiences before finally deciding to make a purchase. This rational process also encourages repeat purchases and word-of-mouth promotion, thereby fostering consumer loyalty to Eiger products. The results of this study are expected to provide valuable input for store management in formulating more effective marketing strategies to enhance competitiveness in the local market..

Keywords: *Consumer Behavior, Decision-Making, Product Purchase*