

ABSTRAK

Hulu, Ya'aro. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Produk di UD. Nias Bersama. Skripsi Prodi Manajemen. Konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi. Universitas Nias. Dibawah pembimbing Nov Elhan Gea, S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak perilaku konsumen meningkatkan keputusan pembelian Produk pada UD. Nias Bersama. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan terdiri dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa. Berdasarkan hasil penelitian, perilaku konsumen terbukti berperan penting dalam mendorong keputusan pembelian melalui kepercayaan terhadap produk, pengalaman emosional yang positif, serta daya tarik harga dan promosi, meskipun masih terdapat hambatan berupa harga yang relatif tinggi dibanding pesaing serta ketersediaan produk yang belum konsisten. Untuk mengatasi kendala tersebut, UD. Nias Bersama menerapkan strategi holistik dengan menetapkan harga yang kompetitif, mengelola stok produk secara andal, meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan diferensiasi, serta melaksanakan promosi yang relevan dan tepat sasaran. Upaya ini sejalan dengan konsep *value creation* dan *customer satisfaction* dalam teori pemasaran modern sehingga mampu memperkuat keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Hulu, Ya'aro. Analysis of Factors Influencing Consumer Behavior in Product Purchasing Decisions at UD. Nias Bersama. Thesis, Management Study Program, Marketing Management Concentration, Faculty of Economics, Nias University. Supervised by Nov Elhan Gea, S.E., M.M.

This study aims to determine how consumer behavior impacts product purchasing decisions at UD. Nias Bersama. The research method used in this study is qualitative. Data collection techniques include interviews, observation, and documentation. The results indicate that consumer behavior plays a significant role in driving purchasing decisions through product trust, positive emotional experiences, and the attractiveness of prices and promotions. However, obstacles remain, such as relatively high prices compared to competitors and inconsistent product availability. To overcome these obstacles, UD. Nias Bersama implements a holistic strategy by setting competitive prices, managing product inventory reliably, improving service quality, differentiating products, and implementing relevant and targeted promotions. These efforts align with the concepts of value creation and customer satisfaction in modern marketing theory, thereby strengthening consumer purchasing decisions.

Keywords: Consumer Behavior and Purchasing Decisions