

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perilaku konsumen kuliner malam di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan elemen perilaku konsumen yang meliputi siapa, apa, dimana, mengapa, kapan, bagaimana konsumen mengetahui, siapa yang mempengaruhi, frekuensi pembelian, dan bagaimana mengevaluasi produk setelah pembelian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Metode pengolahan data yang dipakai adalah menggunakan tabel frekuensi, persentase diagram batang dan tabulasi silang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen kuliner malam di Surabaya merupakan konsumen dengan kisaran umur 18-25 tahun, berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa yang mayoritas berjenis kelamin pria. Lokasi kuliner malam yang banyak dikunjungi dan dinikmati adalah Nasi cumi di jalan Waspada dan Nasi bali di jalan pengampon gang 1. Konsumen lebih banyak memilih menu kuliner malam Bubur ayam dan Nasi bali biasa.

Konsumen memilih lokasi kuliner malam atas dasar pengaruh dari teman dan alasan memilih lokasi kuliner malam dikarenakan rasa makanan yang enak. Konsumen mendapat informasi mengenai kuliner malam dari teman, mengunjungi dan menikmati kuliner malam 1 atau 2 kali dalam sebulan dan konsumen merasa puas terhadap kuliner malam yang dikunjungi dan dinikmati.

Kata kunci : Perilaku konsumen, Deskriptif, Kuliner

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe the behavior of consumer culinary night in Surabaya. This type of research used is a descriptive research using 9 elements of consumer behavior which includes who is the buyer, what brand they buy, where they buy, why they buy, when they buy, how they know about the product, who influence their buying, how often they buy, and how they evaluate after the purchase. Sources of data used in this research is the source of primary data collected by distributing questionnaires. Data processing method used is using frequency tables, bar chart and percentage of cross-tabulations.

The results showed that consumers culinary night in Surabaya was the consumer with a range of 18-25 years old, for example, as students who are the majority of male-sex . Location culinary night was visited and enjoyed Nasi cumi on the road Waspada and Bubur ayam on the road Kedungdoro. More consumers choose culinary night menu of Bubur ayam and Nasi cumi peyek.

Consumers on a location based of the influence of friends and the reason for choosing the location culinary night because the food taste delicious. Consumers get information about culinary night from friends, visiting and enjoying the culinary night 1 or 2 times a month and consumers are satisfied with culinary night visited and enjoyed .

Keywords : *Consumer Behaviour, Descriptive, Culinary*