

**Abstrak : Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Telur Ayam Ras di Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap pembelian telur ayam ras, dan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan pembelian telur ayam ras. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo mulai dari bulan April sampai dengan bulan Juni 2013, dengan menggunakan metode survei. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana perilaku konsumen terhadap pembelian telur ayam ras serta proses pengambilan keputusan pada pembelian telur ayam ras. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada perilaku konsumen yang terdiri dari : Bagian telur yang disukai responden paling banyak memilih bagian kuning dan putih telur sebanyak 88 orang atau (88%), Harga telur ayam mempengaruhi konsumen dalam membeli yakni sebesar 63 Orang atau (63%), Tempat pembelian, responden memilih kios sebanyak 49 orang atau (49%), Alasan mengkonsumsi telur ayam ras konsumen yang memilih bergizi sebanyak 62 orang (62%), Frekuensi konsumsi sebanyak 85 orang atau (85%) responden mengkonsumsi telur seminggu sekali, Warna telur, sebanyak 88 orang atau (88%) responden memilih telur yang berwarna coklat, Ukuran telur, responden yang memilih ukuran berpengaruh sebanyak 60 orang atau (60%) sedangkan pada proses pengambilan keputusan Para konsumen sadar dan tahu akan masalah gizi sebesar 72 %, Sumber informasi yang diperoleh mengenai telur adalah melalui koran dan majalan sebesar 36 %, evaluasi alternatif akan telur ayam adalah harga sebesar 30 %, pengambil keputusan pembelian telur ditentukan oleh ibu sebesar 64 % dan perilaku sesudah pembelian adalah sebesar 94 % suka membeli telur.

**Kata Kunci : Telur Ayam Ras, Perilaku Konsumen dan Proses Pengambilan Keputusan.**