

## INTISARI

**PERILAKU KONSUMEN WARUNG MAKAN SATE “SIDO MAMPIR PAK MAR” DI DESA SERANG, KECAMATAN CIKARANG SELATAN, KABUPATEN BEKASI.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen warung makan sate“ Sido Mampir”. Penentuan responden dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap faktor- faktor perilaku meliputi persepsi konsumen meliputi produk, harga, tempat menyimpulkan kondisi jalan sangat bagus, lokasi sangat terjangkau, sangat nyaman, sarana dan prasarana, proses pelayanan, life style, kebersihan dan promosi. Perilaku konsumen meliputi frekuensi pembelian tertinggi di warung makan sate“ Sido Mampir” adalah 4-7 kali perbulan dengan cara pembelian datang langsung dan makan sateditempat. Berdasarkan analisis rangkasperman persepsi (produk, harga, promosi, tempat, proses pelayanan, sarana dan prasarana, *life stlye*, serta kebersihan) tidak memiliki korelasi atau hubungan terhadap perilaku konsumen ( pembelian).

Kata kunci : Persepsi Konsumen, Perilaku Konsumen, Hubungan Persepsi Dengan Perilaku Konsumen