ABSTRAK

Memacing adalah suatu *hobby* yang cukup banyak peminatnya, didalam kegiatan memancing setiap pemancingnya pasti mempunyai beberapa perlengkapan untuk memancing, perlengkapan tersebut menjadi faktor penunjang yang sangat penting dalam kegiatan memancing oleh sebab itu tidak sedikit para pemancing menyediakan waktu , tenaga, dan uang mereka untuk membeli peralatan memancing.

Dalam memancing ada berbagai macam bentuk yaitu memancing kiloan, memancing harian, lomba memancing. Semua bentuk memiliki tingkat kepuasan sendiri - sendiri dan setiap bentuk membutuhkan peralatan yang sesuai dengan bentuk memancingnya. Dengan adanya variasi bentuk tersebut mendorong perilaku konsumen dalam membeli peralatan memancing meningkat baik dikalangan mahasiswa, karyawan, pedagang, guru, sampai pengusaha.

Di dalam penelitian ini penulis menggunakan proses wawancara terhadap 12 responden para pemancing di 2 lokasi yaitu kolam pancing BANDENG 99 dan kolam pancing YALA LESTARI, dimana wawancara ini dilakukan untuk mencari tahu lebih dalam lagi mengenai perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian peralatan memancing di Surabaya. Ada beberapa langkah yang digunakan antara lain tahap pertama yaitu *open coding.* Tahap kedua *axial coding* dan tahap ketiga adalah *selective coding.*

Dengan variabel yaitu : *What they buy, Who is the buyer, Why they buy, When they buy, Where they buy, How often the buy,* dan *How do they know about the place,* maka dapat ditarik kesimpulan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian peralatan memancing sangat beraneka ragam, baik dalam segi jenis kelamin, profesi, dan usia semuanya mempunyai perilaku sendiri dalam melakukan keputusan pembelian peralatan memancing.

Hasil penelitian yang didapat dari 12 responden tersebut yaitu peralatan memancing yang paling banyak dibeli oleh konsumen adalah mata kail, rata-rata umur konsumen peralatan memancing berkisar antara 20 sampai 33 tahun, mayoritas status pembeli peralatan memancing yaitu karyawan, mayoritas konsumen membeli perlatan memancing yaitu sebagai perlengkapan memancing, mayoritas konsumen melakukan pembelian peralatan memancing yaitu pada waktu senggang dan pada waktu mau memancing, konsumen paling sering membeli perlatan memancing di toko Pak Poen pancing dan Graha pancing, mayoritas frekuensi pembelian peralatan memancing yaitu satu bulan bisa satu sampai tiga kali, dan mayoritas konsumen mendapatkan informasi tentang tempat pembelian peralatan memancing yaitu dari teman dan lokasi toko yang dekat dengan rumah.