

Analisis Keputusan Konsumen dalam Berbelanja pada Indomaret Tembalang

THEODULUS DHIMAS BAGUS P.

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : dimzz51@yahoo.co.id

ABSTRAK

Usaha ritel atau eceran (retailing) dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian adalah hal yang penting, sebab dengan pengetahuan dasar yang baik mengenai perilaku konsumen akan dapat memberi masukan yang berarti bagi perencanaan strategi perusahaan. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka menarik untuk dilakukan analisa tentang keputusan konsumen dengan judul "ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA PADA INDOMARET TEMBALANG".

Metode pengambilan sampel yang digunakan dengan teknik pengambilan sampel Purposive Sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen Indomaret Tembalang. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara primer dengan cara survey dan kusioner dan analisis data secara sekunder. Alat analisisnya yang dipergunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f, serta analisis koefisien determinasi (R²).

Variabel yang mempengaruhinya sebagai berikut lokasi (X1), pelayanan (X2), fasilitas (X3), keragaman produk (X4), dan keputusan pembelian (Y1). Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel lokasi, pelayanan dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Angka Adjusted R Square sebesar 0,641 hal ini berarti 64,1% keputusan pembelian dapat dipengaruhi variabel lokasi, pelayanan, fasilitas, dan keragaman produk. sedangkan 35,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Lokasi, pelayanan, fasilitas, keragaman produk, keputusan pembelian

Kata Kunci :

Analysis of Consumers` Decision for Purchasing at Indomaret Tembalang

THEODULUS DHIMAS BAGUS P.

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : dimzz51@yahoo.co.id

ABSTRACT

ABSTRACT

Retail or retail businesses (retailing) can be understood as all the activities involved in selling goods or services directly to the consumer are many factors that influence consumer behavior in purchasing decisions for goods and services. Study and analyze consumer behavior in purchasing decisions is important, because with a good basic knowledge regarding consumer behavior will be able to provide meaningful input to the strategic planning of the company. Based on the background of the above problems, it is interesting to do an analysis of consumer decision entitled "ANALYSIS IN CONSUMER DECISION TO BUY Indomaret Tembalang".

The sampling method used purposive sampling techniques Sampling. The samples in this study were 100 people Indomaret Tembalang consumers. Then do the analysis of the data obtained by analysis of primary data by means of surveys and questionnaires, and secondary data analysis. Analisisnya tool used is test validity, test reliability, the classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing via t test and f test, and analysis of the coefficient of determination (R²).

Variables that affect the following locations (X1), service (X2), facilities (X3), the diversity of products (X4), and the purchase decision (Y1). Testing the hypothesis suggests that the variable location, service and product diversity has positive and significant impact on purchasing decisions. Figures Adjusted R Square of 0.641 this means that 64.1% of purchase decisions can be influenced by the variable location, service, amenities, and diversity of products. while 35.9% are influenced by variables - other variables.

Keyword :