

ABSTRAKSI

Analisis faktor-faktor yang menentukan perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada Carrefour cabang Mangga Dua Square (dibimbing oleh Suryari Purnama)

Studi ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menentukan konsumen dalam keputusan pembelian pada Carrefour cabang Mangga Dua Square dan juga untuk mengetahui faktor manakah yang paling menentukan dalam keputusan pembelian pada Carrefour cabang Mangga Dua Square. Variabel yang diteliti adalah variabel retailing mix yang terdiri dari lokasi, pelayanan, prosedur, produk yang ditawarkan, harga, suasana toko, karyawan toko dan promosi. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Cochran.

Hasil perhitungan Cochran's $Q = 8.280$ karena nilai $Q < \chi^2$ tabel 14.067 maka H_0 diterima. Atau bisa juga dilihat dari nilai Asymp. Sig. > taraf nyata ($\alpha = 0.05$) maka H_0 diterima. Artinya bahwa indikator sisa yang belum diuji adalah saling berhubungan dalam menentukan keputusan pembelian konsumen.

Hasil analisis diketahui yang menentukan keputusan pembelian konsumen ada 8 (delapan) indikator yaitu lokasi strategis, area parkir memadai, waktu operasional, kecepatan transaksi, produk beraneka ragam, produk berkualitas, ruangan yang bersih, dan karyawan mengetahui produk. Dari ke delapan indikator tersebut lokasi yang strategis merupakan indikator/faktor yang paling menentukan konsumen dalam keputusan pembelian pada Carrefour cabang Mangga Dua Square.