

## ABSTRAK

# FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI MINIMARKET "SARI AYUMAS" PRINGSEWU

Dhimas Aribowo  
Universitas Sanata Dharma  
Jogjakarta  
2006

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah fasilitas fisik, produk yang dijual, harga produk, media promosi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di *Minimarket "Sari Ayumas"*. Penelitian ini dilakukan pada konsumen *Minimarket "Sari Ayumas"* di Jl Kesehatan No 29 Pringsewu Tanggamus Lampung.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus yang merupakan penelitian terhadap subyek dan obyek yang telah ditentukan. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuisioner. Populasi dalam penelitian ini sebesar  $\pm 1000$  orang/bulan adalah konsumen yang berbelanja di *Minimarket "Sari Ayumas"* Pringsewu. Jumlah sampel sebanyak 10% dari populasi yaitu 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Incidental Non Random Sampling*. Teknik analisis data adalah Teknik Analisis Regresi Linier Berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara fasilitas fisik, produk, harga, promosi dan pelayanan.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa fasilitas fisik, produk, harga, promosi dan pelayanan masing-masing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen. Setelah diuji secara bersama-sama maka fasilitas fisik, produk, harga, promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.

**ABSTRACT**  
**FACTORS INFLUENCING CONSUMERS DECISION TO**  
**BUY IN "SARI AYUMAS" MINIMARKET PRINGSEWU**

Dhimas Aribowo  
Sanata Dharma University  
Jogjakarta  
2006

The aim of the research was to find out whether the physical facilities, products, price, promotion, and services simultaneity affects consumers decision to buy the product sold in "*Sari Ayumas*" *minimarket*. The research conducted toward the consumers of "*Sari Ayumas*" *minimarket* in Jl Kesehatan No 29 Pringsewu Tanggamus Lampung.

The research was a case study. The method used to collect data is questionnaires. The population in this research is  $\pm 1000$  person/month and they are the consumers shop in "*Sari Ayumas*" *minimarket* Pringsewu. Sample is taken 10% of the population which are 100 respondents. The sampling technique was *Incidental Non Random Sampling* technique. The technique for analyzing data is "*Multiple Linier Regression*".

The conclusion of the research was, there were influences of physical facilities, product, price, promotion, and service toward consumers decision to buy.