

## **ABSTRAK**

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI DEPARTMENT STORE**

### **STUDI KASUS PADA “LARIS” DEPARTMENT STORE KLATEN**

Erna Wijayanti  
**Universitas Sanata Dharma**  
Yogyakarta  
2001

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah bauran penjualan eceran berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Department Store. Bauran penjualan eceran tersebut meliputi fasilitas fisik, barang dagangan, harga, promosi dan servis. Penelitian ini dilakukan pada konsumen “Laris” Department Store di Jl. Pemuda Tengah No. 80-82 Klaten.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen yang pernah membeli di “Laris” Department Store Klaten. Jumlah sampel sebanyak 75 konsumen. 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 servis.

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

## **ABSTRACT**

### **Factors Influencing Consumers' Decision to Shop at Department Store Case Study at "Laris" Department Store in Klaten**

**Erna Wijayanti  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2001**

The aims of this research is to know whether retail sale mix has influence on consumer's decision to shop at department store. The retail sale mix comprises physical facilities, merchandise, price, sale promotion and service. This research is a case study at "Laris" Department Store in Klaten.

To collect the data the writer used questionnaire. The population in the research are all consumers of "Laris" Department Store. With incidental non random sampling technique the writer took 75 consumers as samples. Data analysing technique used was multiple linear regression analysis technique. The findings are : 1) physical facilities, merchandise, price, sales promotion and service respectively have significant influence on consumer's decision to shop at the department store ; 2) physical facilities, merchandise, price, sales promotion and service, all together, have significant influence on consumer's decision to shop at the department store.