

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH CARREFOUR SEBAGAI TEMPAT BERBELANJA

Studi Kasus pada Konsumen Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta

Vinita Christi M
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2009

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) Pengaruh secara simultan kelompok acuan, kelas sosial, harga, promosi, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam memilih Carrefour sebagai tempat berbelanja; 2) Pengaruh secara parsial kelompok acuan, kelas sosial, harga, promosi, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam memilih Carrefour sebagai tempat berbelanja.

Penelitian ini adalah studi kasus pada Konsumen Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Pengumpulan data diambil dari 100 responden dengan cara menyebarkan kuesioner. Teknik *sampling* yang digunakan adalah model *Purposive Convenience Sampling*, di mana responden adalah orang-orang yang sedang berbelanja di Carrefour. Teknik analisa data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa : 1) Secara simultan kelompok acuan, kelas sosial, harga, promosi, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Carrefour sebagai tempat berbelanja. 2) Secara parsial kelompok acuan, kelas sosial dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Carrefour sebagai tempat berbelanja.

ABSTRACT

**AN ANALYSIS ON FACTORS INFLUENCING CUSTOMERS' DECISION
IN SELECTING CARREFOUR AS THEIR SHOPPING PLACE**

A Case Study on Customers of Carrefour, Ambarukmo Plaza Yogyakarta

Vinita Christi M.

**Management Study Program Economics Faculty
Sanata Dharma University Yogyakarta**

2009

The research aims to find out: (1) The simultaneous influence of reference group, social class, price, promotion, service quality, facility and location on customers' decision to select Carrefour as the shopping place, (2) The partial influences of reference group, social class, price, promotion, service quality facility and location on customers' decision to select Carrefour as the shopping place.

The research was a case study on customers' of Carrefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. The data were obtained from 100 respondents through a questionnaire. The sampling technique applied was Purposive Convenience Sampling model, where the respondents were people who were shopping at Carrefour. The data analysis technique used was Multiple Linier Regression Analysis.

The results of analysis showed that: (1) There was a simultaneous positive and significant influence of reference group, social class, price, promotion, service quality, facility and location on the customers' decision to select Carrefour as the in shopping place, (2) There was a partial positive and significant influence of each of the variables of reference group, social class and facility on the customers' decision to select Carrefour as the shopping place.