

ABSTRAK

Muslih, 2013 SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Kecamatan Lowokwaru Malang”.

Pembimbing : Yayuk Sri Rahayu SE., MM

Kata Kunci : Persepsi Konsumen, Keputusan Pembelian

Seiring perkembangan sektor industri di Indonesia, keberadaan bisnis eceran di tengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting. Peranan industri ritel menjadi bagian dari aktivitas bisnis yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen akhir. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan dalam pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif, selain itu juga karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap bisnis ritel itu sendiri. Berkembangnya industri ritel tidak terlepas dari adanya pergeseran atau perubahan gaya hidup dari tradisional menjadi modern, sehingga menciptakan perubahan pola perilaku belanja seseorang terutama di kota-kota besar.

Penelitian ini termasuk dalam jenis pendekatan kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Dalam hal ini peneliti menggunakan kuesioner dan wawancara dalam teknik penelitiannya untuk mengumpulkan data berkaitan tentang persepsi konsumen, kemudian menganalisisnya dengan regresi, penyajian data pembuatan kesimpulan.

Hasil analisis regresi dari persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Kecamatan Lowokwaru Malang. Secara simultan variabel persepsi konsumen yang terdiri dari harga (X1), produk (X2), pelayanan (X3), kenyamanan berbelanja (X4), kualitas produk (X5) berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Kecamatan Lowokwaru Malang. Secara parsial variabel persepsi konsumen yaitu : harga (X1), pelayanan (X3), dan kualitas produk (X5), berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Kecamatan Lowokwaru Malang, sedangkan variabel Produk (X2) dan kenyamanan berbelanja (X4) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Kecamatan Lowokwaru Malang. Hasil kuadrat korelasi sederhana variabel bebas dan terikat menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel Pelayanan (X3).