

## ABSTRAK

Ghofur, Syahrul. 2014. SKRIPSI. Judul: Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse. (study pada konsumen sepatu merek Converse dikota malang)

Pembimbing : Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag

---

Kata kunci : Perilaku konsumen, keputusan pembelian

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Oleh karena itu dalam Penelitian yang berjudul “Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse ”. dipelajari untuk mengetahui bagaimana perilaku atau tingkah laku dan sikap konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen pada faktor situasional, pengetahuan dan kepribadian terhadap keputusan pembelian produk sepatu merek Converse dikota malang.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan statistik yang menggunakan alat analisis regresi linear berganda, pengujian signifikan simultan dan pengujian signifikan parsial. Pengerjaan metode analisis data menggunakan bantuan SPSS 16.0 *for Windows*®. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan 70 responden sebagai sampel penelitian yang ditarik berdasarkan *accidental sampling*.

Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel situasional, pengetahuan, kepribadian berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse dan signifikan terhadap pembelian sepatu merek Converse. Dari hasil regresi linier berganda dapat diketahui bahwa  $F$  hitung sebesar  $8,229 > F$  tabel sebesar  $3,1296$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Atau dapat dikatakan bahwa variabel *independent* berpengaruh nyata secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *dependent*. Sedangkan secara parsial variabel situasional mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse dibandingkan dengan variabel pengetahuan dan variabel kepribadian. Hasil pengolahan data menunjukkan nilai  $t$  hitung =  $3,567 >$  nilai  $t$  tabel =  $1,995$  yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sedangkan apabila melihat angka signifikansi yakni sebesar  $0,001 < 0,05$  maka variabel situasional mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.