

FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SUPERMARKET PEPITO LOVINA

Oleh
Kadek Angga Febriawan, NIM 1717041152
Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian di Supermarket Pepito Lovina, dan (2) faktor yang paling dominan menentukan keputusan pembelian di Supermarket Pepito Lovina. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dikumpulkan menggunakan koesioner dan dianalisis dengan analisis faktor. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Supermarket Pepito Lovina dengan teknik *purposive sampling*, jumlah sampel responden 100 orang, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian di Supermarket Pepito Lovina adalah faktor pribadi, faktor psikologis, faktor budaya, dan faktor sosial dan (2) faktor yang paling dominan menentukan keputusan pembelian di Supermarket Pepito Lovina adalah faktor pribadi dengan nilai *varimax rotation* 47,650

Kata kunci : analisis faktor, keputusan pembelian

FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SUPERMARKET PEPITO LOVINA

Oleh
Kadek Angga Febriawan, NIM 1717041152
Jurusan Manajemen

Abstract

This study aims to analyze (1) the factors that determine the purchase decision at Pepito Lovina Supermarket, and (2) the factors that determine the purchase decision at Pepito Lovina Supermarket. This research uses quantitative research. Data were collected using a questionnaire and analyzed by factor analysis. The sample in this study are consumers who have made purchases at Pepito Lovina Supermarket with purposive sampling technique, the number of respondents is 100 people, the results of this study indicate that (1) the factors that determine the purchase decision at Pepito Lovina Supermarket are personal factors, psychological factors, cultural factors, and social factors and (2) factors that determine purchasing decisions at Pepito Lovina Supermarket are personal factors with a rotation of the varimax value of 47,650

Key words: analysis of factor, purchasing decision

