

ABSTRACT

Bany Azhar. 2013. The Influence Of Consumer Behavior Toward Purchase Decision Indomilk Brand Milk Product (Study On Consumer Bangkalan Tom & Jerry), under the guidance of Dr. Drs Ec. H. Muh. Syarif, M.Si dan Hadi Purnomo, S.E., MM.

The purposes of this research (1) to know the influence of consumer behavior which consist of cultural, social, personal, psychological toward purchase decision indomilk brand milk product on consumer bangkalan tom & jerry, (2) to know the consumer behavior variables has dominant effect toward purchase decision indomilk brand milk product on consumer bangkalan tom & jerry.

This research is quantitative research approach which tried to know how The Influence Of Consumer Behavior Toward Purchase Decision Indomilk Brand Milk Product On Consumer Bangkalan Tom & Jerry. Sampling has been developed through purposive sampling, resulting 50 respondents. The technique of gathered data there are interview, literature, and questionnaire, and 5-point Likert Scale to measure the respondent's answer. To test instrument used validities test, reliabilities tes, and classical assumption test. While the technique of data analysis used multiple linier regression because which is used more than two variable with F test and t test.

The result of this research shows that (1) consumer behavior which consist of cultural, social, personal, psychological have effect simultaneously toward purchase decision indomilk brand milk product on consumer bangkalan tom & jerry, (2) The variable of psychological has dominant effect toward purchase decision indomilk brand milk product on consumer bangkalan tom & jerry.

Keywords : Consumer Behavior, Cultural, Social, Personal, Psychological, Buying Decision.

ABSTRAK

Bany Azhar, Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Merek Indomilk (Studi Pada Konsumen Swalayan Tom & Jerry Bangkalan) dibawah bimbingan Dr. Drs Ec. H. Muh. Syarif, M.Si dan Hadi Purnomo, S.E., M.M

Tujuan penelitian ini adalah untuk : (1) mengetahui pengaruh perilaku konsumen yang terdiri dari kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian Produk Susu Cair merek Indomilk di Swalayan Tom & Jerry Bangkalan (2) Untuk mengetahui variabel manakah diantara perilaku konsumen yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk susu cair merek Indomilk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan pendekatan kuantitatif yang berusaha untuk mengetahui bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk susu cair merek indomilk (studi pada konsumen swalayan tom & jerry bangkalan). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan 50 responden. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, kepustakaan, dan kuesioner dan menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban responden. Untuk menguji instrumen menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan teknik analisis data yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel, dengan uji f dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel perilaku konsumen yang terdiri dari kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk susu cair merek indomilk. (2) Variabel psikologis berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk susu cair merek indomilk.

Keywords :Perilaku Konsumen, Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologis, Keputusan Pembelian.