

ABSTRAK

Penelitian “Pengaruh *Brand* Basmalah Sidogiri terhadap keputusan berbelanja konsumen (Studi kasus toko Basmalah cabang kamal kabupaten Bangkalan)” dilatarbelakangi pada maraknya *brand* toko ritel yang ada di Kecamatan Kamal membuat konsumen dihadapkan pada banyak pilihan toko ritel dalam melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu maka permasalahan yang dibahas pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *brand* Basmalah Sidogiri terhadap keputusan berbelanja konsumen.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebar kuisioner. Teknik pengolahan data dan analisis data menggunakan SPSS yaitu Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Normalitas, Regresi Linier Sederhana, Uji Korelasi, Uji R^2 (Koefisien Determinasi), dan Uji T.

Penelitian ini menyimpulkan, (1) Secara parsial (uji t) variabel *brand* Basmalah Sidogiri berpengaruh positif terhadap keputusan berbelanja konsumen, ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} 4,974 lebih besar dari t_{tabel} 1,984. (2) Berdasarkan hasil koefisien determinasi bahwa pengaruh variabel (X) brand Basmalah Sidogiri terhadap keputusan berbelanja konsumen variabel (Y) sebesar 20,2% dan sisanya 79,8% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di ajukan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Brand, Keputusan, dan Pembelian.

ABSTRACT

The research "the influence Brand Basmalah Sidogiri against consumer shopping decisions (case studies eShop Basmalah Bangkalan Regency kamal Branch)" backed by the rise of the brand at the retail store that is in the Sub-District of Kamal made consumers are faced with a great selection of retail store in doing the purchasing decision. Therefore then the problems discussed in this research is how to influence brand Basmalah Sidogiri against a decision consumer shopping.

In this study, the researchers use a type of quantitative research using data collection techniques with spread a detailed questionnaire. Techniques of data processing and data analysis using SPSS Test the validity of the Test, namely Reabilitas, test a simple Linear Regression, Normality, test, test the Correlation R^2 (the coefficient of Determination), and T-test.

This research concluded, (1) partially (test t) variable brand Basmalah Sidogiri positive effect of consumer shopping, this is evidenced by the value $t_{\text{calculate}}$ 4.974 greater than t_{table} 1.984. (2) based on the results of the determination coefficient that the influence of the variable (X) brand Basmalah Sidogiri against consumer shopping decision variable (Y) by 20.2% and the remaining 79.8% in influence by other variables not in proposing in this research.

Keywords : *Brand, decisions, and purchases.*