

ABSTRAKSI

MOKHAMAD HARTIMAN, 04.97.6048, ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PADA KPRI “GUYUB RUKUN” TERSONO, dibimbing oleh Dr. HM. CHABACHIB, MSi, Akt.

Koperasi didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya demi kepentingan para anggotanya. Ungkapan ini memberikan pengertian bahwa semakin besar *utility* (keuntungan, benefit, manfaat) yang dihasilkan, maka seseorang akan senantiasa mempertahankan keanggotaannya atau bahkan menarik anggota baru. Secara spesifik, setiap individu akan mendasarkan keputusannya dengan membandingkan *advantages* (keunggulan / kelebihan) dengan *disadvantages* (ketidakunggulan).

Perumusan masalah ini adalah : 1) apakah terdapat pengaruh antara keanekaragaman produk terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada KPRI “Guyub Rukun” Tersono 2) apakah terdapat pengaruh antara pelayanan terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada KPRI “Guyub Rukun” Tersono 3) apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada KPRI “Guyub Rukun” Tersono 4) apakah terdapat pengaruh antara keanekaragaman produk, pelayanan dan harga terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada KPRI “Guyub Rukun” Tersono. Adapun masalah dalam penelitian dibatasi pada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang terdiri dari keanekaragaman produk, pelayanan dan harga.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah : 1) untuk mengetahui pengaruh antara keanekaragaman produk terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada KPRI “Guyub Rukun” Tersono 2) untuk mengetahui pengaruh antara pelayanan terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada KPRI “Guyub Rukun” Tersono 3) untuk mengetahui pengaruh antara harga terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada KPRI “Guyub Rukun” Tersono 4) untuk mengetahui pengaruh antara keanekaragaman produk, pelayanan dan harga terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pada KPRI “Guyub Rukun” Tersono.

Untuk mengetahui hasil penelitian dilakukan pengujian dengan menggunakan uji regresi linier berganda dan koefisien determinasi yang dibantu program SPSS dalam proses penghitungannya dengan hasil-hasil sebagai berikut :

1. Pengaruh antara keanekaragaman terhadap perilaku konsumen adalah signifikan, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $8,249 > 1,645$.
2. Pengaruh antara pelayanan terhadap perilaku konsumen adalah signifikan, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $17,517 > 1,645$.

3. Pengaruh antara harga terhadap perilaku konsumen adalah signifikan, hal ini dibuktikan dengan nilai - t hitung kecil daripada nilai - t tabel yaitu $-2,170 < -1,645$.
4. Pengaruh antara keanekaragaman produk, pelayanan dan harga terhadap perilaku konsumen secara bersama-sama adalah signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 592,437 pada taraf signifikansi 95 % dengan F tabel sebesar 2,60 sehingga nilai F hitung = $592,437 >$ dari F tabel = 2,60.

