

ABSTRAK

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan, terlebih perusahaan yang bergerak dalam bidang produk, penjualannya tentu berhubungan langsung dengan konsumen. Namun ada beberapa factor yang menyagkut pengambilan keputusan konsumen, antara lain produk, harga, distribusi, dan promosi. Berdasarkan uraian diatas maka judul penelitian ini adalah “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Sophie Paris Pada Bussines Center (BC) Citra Avianto Cabang Ungaran.”

Tujuan penelitian ini adalah : untuk memberikan bukti empiris bahwa produk, harga, distribusi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan populasi konsumen produk Sophie Paris yang membeli produk pada member-member aktif BC.Citra Avianto cabang ungaran sebanyak 200 populasi. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : produk, harga, distribusi, promosi, keputusan pembelian

ABSTRACT

Decision-making is an activity of individuals who are directly involved in the obtaining and use of goods on offer, especially companies engaged in the field of product, sales would deal directly with consumers. But there are several factors that menyagkut consumer decision-making, among other products, pricing, distribution, and promotion. Based on the description above, the title of this research is "Analysis of Factors Affecting Consumer Purchase Decision Product Sophie Paris In the Business Center (BC) Image Avianto Branch Ungaran."

The purpose of this study are: to provide empirical evidence that the product, price, distribution, and promotion influence on purchase decisions. This study uses population Sophie Paris products consumers are buying products on the members actively BC.Citra Avianto Ungaran branch 200 population. While the sample is 96 respondents.

Results from this study is the product of a positive and significant effect on purchasing decisions, the price is positive and significant impact on purchasing decisions, the distribution of positive and significant impact on purchasing decisions, the promotion of positive and significant impact on purchasing decisions.

Keywords: product, price, distribution, promotion, purchasing decisions